



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Punk Fanzines.
Subkulturelle Kommunikationsforen.“

Verfasserin

Susanne Lindlbauer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Ramón Reichert

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	4
1 Was ist ein Fanzine?	7
1.1 Fanzine versus Zine.....	7
1.2 Definitionen.....	8
2 Historischer Kontext.....	14
2.1 Science-Fiction	14
2.2 Dadaismus.....	15
2.3 Situationistische Internationale	16
2.4 Fluxus	17
2.5 Politische Fanzines	17
2.6 Musik Fanzines	18
2.7 Technologien	19
3 Fanzines im Kontext alternativer Medien	21
3.1 Zugrunde liegende Theorieansätze	23
4 Identität	31
4.1 Identität und Subkultur	34
4.2 Identität der Herausgeber	35
5 Sozialer Kontext.....	37
5.1 Punk.....	37
5.2 Exkurs: Szene.....	41
5.3 Exkurs: Subkultur.....	45
6 Authentizität	56
6.1 Authentizität und Lebensweise	56
6.2 Authentizität und Stil	58
6.3 Authentizität und Medien	58
6.4 Authentizität und Fanzines.....	59
7 Charakteristika von Fanzines	62

7.1	Themen und Arten	62
7.2	Personalisierte Berichterstattung	66
7.3	Die Personalisierung des Politischen.....	67
7.4	Sprache und Schreibstil	68
7.5	Layout	69
7.6	Détournement	70
7.7	Preisgestaltung	72
7.8	Motivation, ein Fanzine zu machen	73
7.9	Distribution und Zirkulation	74
7.10	Diversität und Dezentralisation	76
7.11	„Distributiver Gebrauch“ und Anti-Copyright	77
7.12	Selbstverständnis und rechtliche Absicherung	77
7.13	Homologie Fanzines und Anarchismus.....	78
8	„Do It Yourself“ als Lebensphilosophie	80
8.1	DIY als Gegenpol zur Massenkultur.....	80
8.2	DIY und Punk.....	81
8.3	Produktivkraft von Fans und subkulturelles Kapital	82
8.4	DIY und Fanzines	84
9	Resümee	88
10	Bibliographie	89

EINLEITUNG

Jede erfolgreiche und über einen längeren Zeitraum bestehende kulturelle Szene bildet spezifische Szene-Medien heraus. Diese gewährleisten nicht nur die interne Kommunikation, sondern tragen auch dazu bei, die Qualität einer kulturellen Szene über die Jahre hinweg abzusichern.¹

Im Fall von Subkulturen werden diese und noch viele weitere Funktionen vorwiegend von Fanzines übernommen. Meine spezielle Aufmerksamkeit gilt dem Punk, da ich mich dieser Szene zugehörig, besser gesagt, in ihr zuhause fühle. Darum ist es mir ein persönliches Anliegen, im Zuge der vorliegenden Arbeit ein besonderes Augenmerk auf diese deviante Szene und die sozialen Strukturen, aus denen heraus Fanzines entstehen, zu legen.

So kann die Subkulturforschung durch die Erhaltung des Gefühls der Szenezugehörigkeit charakterisiert werden. Es wird einer Lebensweise, einer Idee auf natürliche Weise die Treue gehalten, die die vorherrschende Gefühlsstruktur im Sinne von Raymond Williams bildet:²

„Natürlichkeit“, die Nähe (symbolisch) bewahrt, steht der
„Eingebildetheit“, die Distanz errichtet, gegenüber.³

Diese Idee, die ursprünglich aus der Arbeiterkulturforschung stammt, besagt, dass Forscher, die aus dem (Arbeiter-)Milieu stammen, nicht nur aus bloßer Nostalgie ihre Herkunft/Klasse analysieren, sondern dass sie damit auch neues Terrain betreten. Sie befinden sich am Schnittpunkt zweier Kulturen. So ist, was auf den ersten Blick als Nostalgie erscheint, auch ein Weg der Wiedergutmachung. Durch die Beibehaltung der „in seinem Herkunftsmilieu erworbenen Kommunikations- und Verhaltensmuster“⁴ beweist der Forscher, dass

¹ Vgl. Zinnecker, Jürgen/Achim Barsch, „Jugendgenerationen und Jugendszenen im Medienumbruch“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 279-297, hier S. 292.

² Vgl. Lindner, Rolf, „Arbeiterkultur und Authentizität“, *Alltagskultur im Umbruch. Festschrift für Wolfgang Jacobeit zu seinem 75. Geburtstag*, Hg. Wolfgang Kaschuba/Thomas Scholze/Leonore Scholze-Irritz, Weimar/Köln/Wien: Böhlau 1996, S. 71-83, hier S. 79.

³ Vgl. Williams, Raymond, S. 45-73; zitiert nach Lindner, S. 79.

⁴ Lindner, S. 79.

er seine Wurzeln nicht vergessen hat und sich immer noch zugehörig fühlt. Für die etablierte akademische Forschung erschließt sich damit ein neues Feld. Durch Sozialisation erreichtes Insider-Wissen wird so auf spezifisch natürliche Weise kommuniziert. „Die Authentizität der Darstellung wird durch die Authentizität des Autors verbürgt.“⁵

Bei der Auswahl des Themas für die vorliegende Diplomarbeit habe ich mich „gekonnt“ zwischen zwei Stühle gesetzt. Meine Ambition – das Studium positiv abzuschließen – gebietet es mir, das Thema gemäß der „guten wissenschaftlichen Praxis“ abzuhandeln. Aus der subkulturellen Szene erwarten mich Vorwürfe der Pseudo-Intellektualität oder gar der Szene-Fremdheit. Wohingegen von wissenschaftlicher Seite der kritische Einwand der Voreingenommenheit und Subjektivität droht – wegen meiner fehlenden Distanz zur Szene.

Den Vorbehalten der Szene kann ich nur dadurch begegnen, indem ich darauf aufmerksam mache, dass ich – bevor eine (unsere) Subkultur falsch dargestellt wird – lieber selbst die Initiative ergreife und eine Abhandlung zum Thema Fanzines verfasse, als dies den „hochtrabenden, mit Fremdwörtern um sich schmeißenden, einen Stock im Arsch tragenden Pseudo-Intellektuellen“⁶ zu überlassen.

Der zweiten Gruppe der Kritiker sei gesagt, dass wohl jeder gute Wissenschaftler eine gewisse Leidenschaft für seinen oft langjährigen Forschungsgegenstand mitbringen muss. Nur als „Fan“ opfert man doch gerne Zeit und Nerven seiner Obsession, die für ein Gros der Gesellschaft uninteressant ist. Denn was bleibt noch übrig, wenn das innere Feuer erlischt? Texte, so staubig und trocken wie die Asche im Herzen des Verfassers.

Es geht mir darum, beiden Seiten Genüge zu tun, indem ich das Thema mit Sachkenntnis, Erfahrung und „im Schweiße meines Angesichts“ sowohl für den „harten Kern“ der Szene interessant darstelle als auch im akademischen Sinne

⁵ Lindner, S. 79f.

⁶ *Oi! The Print* # 19, S. 9.

mit wissenschaftlicher Präzision aufbereite. So folge ich mit dieser Arbeit der Intention von Jens Neumann, „daß die ‚wunderbare‘ Welt der Fanzineproduktion weder von Außenstehenden populärwissenschaftlich vermarktet noch akademisch verfälscht wird“⁷.

Die oben erwähnten Stühle sollen ein kleinwenig zusammengerückt werden – sollte mir dies nicht gelungen sein, erwartet mich wohl eine harte Bruchlandung.

Produktive Feedbacks, Anmerkungen etc. an: susi_lindlbauer@gmx.at

Allen anderen kann ich nur sagen: Versucht es besser zu machen! DIY!

⁷ Neumann, Jens, *Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema*, Mainz: Ventil 1997, S. 14f.

1 WAS IST EIN FANZINE?

Eine genaue wissenschaftliche Definition von Fanzines ist äußerst schwierig, da sie einer Vielzahl unterschiedlichster Formen von Veröffentlichung gerecht werden muss. So kann man sich in Bezug auf eine Begriffsklärung nicht einmal auf den etymologischen Ursprung des Wortes (Synthese aus „Fan“ und „Magazin“) verlassen und davon ausgehen, bei der Rezeption eines Fanzines tatsächlich ein paar Seiten Papier in der Hand zu halten. Hiermit spiele ich auf das *Wall Street Journal* in Berlin an. Dabei handelt es sich um ein Fanzine zum Thema Streetart, welches in Berlin an diverse Wände plakatiert wird. Zwischen den einzelnen „Seiten“ findet der Leser Platz, um seine Meinung kundzutun, das Medium – die Wand – mitzugestalten und etwas dazu zu kleben, zu schreiben oder zu sprühen.

1.1 Fanzine versus Zine

Der Begriff „Zine“ etablierte sich in den 1980ern und bezieht sich auf eine weiter gefasste Spannbreite von Publikationen als der Begriff „Fanzine“. Der Fokus von Fanzines liegt primär auf einem Objekt (Musik, Film ...). In Anlehnung an Stephen Duncombe ist zwischen „traditionellen/klassischen“ Fanzines und Zines zu unterscheiden:

‘traditional’ fanzines: interested in cultural genres such as science fiction, music, sports, hobbies and pastimes; and (since the 1980s) ‘zines’ that go beyond fan writing to cover an extremely wide spread of subjects, including politics, the personal (perzines), ‘fringe culture’, and issues surrounding sexuality and sexual practices and life at work.⁸

Gleich vorweg, die in dieser Arbeit vorkommenden Zitate beziehen sich alle auf Fanzines. Auch wenn an diversen Stellen der Ausdruck „Zine“ zitiert wird, treffen die getätigten Aussagen doch auf Fanzines im obigen Sinne und insbesondere auf Punk-Fanzines zu.

⁸ Atton, Chris, *Alternative Media*, London: SAGE Publications 2002, S. 58.

Im Zeitalter des Internets sind diverse E-Zines entstanden. Eine Variante davon sind Blogs oder Vlogs, deren Ersteller sicher ähnliche Motivationen wie Egoziner aufweisen (siehe Kapitel 7.1 Themen und Arten, S. 62). Die meisten klassischen Fanzines (jene in Papierform) nutzen das Internet lediglich zusätzlich. Ein auf der Hand liegender Vorteil der E-Medien ist sicher die größere Aktualität.

In meiner Arbeit möchte ich mich auf die „konventionelle“ Papierform beschränken. Wenngleich sich in der Entwicklung gezeigt hat, dass die Grenzen zum etablierten Zeitschriftenmarkt oft fließend sind und es auf diese Weise zu Mischformen kommt – doch davon später.

1.2 Definitionen

Einen ersten Definitionsansatz liefert Stephen Duncombe:

[...] zines are noncommercial, nonprofessional, small-circulation magazines which their creators produce, publish, and distribute by themselves.⁹

Ein Fanzine ist demnach ein „selbstständig und unabhängig von der bekannten Zeitungsszene zusammengestelltes und produziertes Heft“¹⁰. Dieser Ansatz bleibt aber insofern schwammig, als er auch von etablierten Verlagen finanzierte Magazine inkludiert. Auch der Begriff „unabhängig“ findet heute inflationäre Verwendung und müsste näher bestimmt werden. Diese Aussage trifft demnach auf ein breites Spektrum an Druckerzeugnissen zu.

Unerlässlich bei der Beschreibung eines typischen Fanzines ist eine Zielgruppenbestimmung. Je nach inhaltlicher Konzeption sollen Menschen angesprochen werden, die bereits von einer Sache infiziert sind:

⁹ Duncombe, Stephen, *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*, Portland: Microcosm Publishing 2008, S. 10f.

¹⁰ Neumann, Jens, „Fanzines als Barometer und Jungbrunnen einer verfremdenden Kultur der Reichen und des Geldes. Über die Entstehung, die Herkunft, die Geschichte, die Gegenwart, die Zukunft von Fanzines und ihres Einflusses auf viele Bereiche der Kultur“, *Zeitung zur 12. Mainzer Minipressen-Messe*, Mainz 1993, S. 6.

Von und für Fans hergestelltes Magazin einer Musikrichtung (z.B. Punk, Hardcore, Skin, Mod) oder Sportart (z.B. Skateboard, Fußball). Meist geringe Auflagen [...]; größtenteils unregelmäßige Erscheinungsweise, Format, Druckqualität, Umfang und inhaltliche Schwerpunkte uneinheitlich, nicht über normale Zeitschriftenverteiler erhältlich.¹¹

Von Fans – für Fans. Thomas Lau beschränkt sich in seiner Definition leider auf Musik und Sport. Die Welt der Fanzines ist jedoch nicht so leicht überschaubar. Neben der Zielgruppe führt Lau objektiv beobachtbare und eruierbare Charakteristika wie Auflagenstärke, Erscheinungszyklus, Qualität, Format und Vertrieb an. Diese dürfen bei einer Analyse von Fanzines nicht fehlen, da sie offensichtlich und vor allem für Außenstehende leicht nachvollziehbar sind.

Vordergründig handelt es sich bei Fanzines um schwarz-weiß kopierte oder gar handschriftlich gefertigte, im „Schnipsellayout“ mit Schere und Klebstoff gestaltete Zettel, die einfach zusammengeheftet werden. Diese Art der Fertigung war und ist vor allem in der Punkszene sehr beliebt. Solch eine Layoutierung verbreitet den Anspruch von Authentizität, dennoch kann man Fanzines nicht einfach auf diese qualitativen Gesichtspunkte reduzieren. Das würde der Materie mit all ihren Ausformungen nicht gerecht werden, liegt es doch in der Intention der Herausgeber, ihre Hefte regelmäßiger, in besserer Qualität etc. erscheinen zu lassen – diese Vorhaben scheitern oft nur an finanziellen Aspekten und an Zeitmangel.

Stephen Perkins macht in seiner Definition ebenfalls einen ganz klaren Schnitt zwischen kommerziellen Magazinen und Fanzines. Denn die eigenen Vorlieben und der eigene Geschmack dominieren in Fanzines über Marktchancen und Massenkompabilität. Die Bezeichnung „Produkt der Liebe“, frei interpretiert im Sinne von Begeisterung für eine Sache und von Enthusiasmus, lässt aber auch schon Schlüsse auf die Motivationen der Herausgeber zu:

¹¹ Lau, Thomas, *Die heiligen Narren. Punk 1976–1986*, Berlin/New York: de Gruyter 1992, S. 101ff.

Zine ist nicht die Kurzform von Magazin. Ein Magazin ist ein Produkt, eine kommerzielle Ware. Ein Zine ist ein „labor of love“, erwirtschaftet keinen Profit, häufig Verluste, nicht zuletzt an Zeit. In einem Magazin sind die Informationen nichts weiter als Bestandteile, *thinly sliced layers to keep the cream filling of advertising from sticking together*. Informationen sind der Existenzgrund eines Zines; alles was hier zu Papier gebracht wird, dient zum Transportieren von Informationen.¹²

Wie im Zitat doppelt betont, spielt die Informationsvermittlung in Fanzines eine große Rolle. Besonders beachtet sollten in dieser Arbeit jene Fanzines werden, die im Zuge der Punkbewegung entstanden sind. Aufgrund von Falschdarstellungen in den Mainstream-Medien gründeten viele Punks in den 1970er Jahren eigene Fanzines. Einerseits, um sich mit anderen Punks und Gleichgesinnten zu vernetzen und auszutauschen, andererseits sollte auch die öffentliche Meinung über Punk richtiggestellt werden.

So sind diese antiquierten Fanzines mittlerweile auch für die Wissenschaft wichtige Informationsquellen über die Anfangszeiten des Punk geworden:

The early days of the punk movement largely failed to attract the entrance of television or the mainstream press, and *Sniffin' Glue* remains a key source of photographs of, and information about, contributors to the scene.¹³

Das *Sniffin' Glue* gilt als eines der ersten Punk-Fanzines. Gegründet von Mark Perry (Marky Ramone) erschien es ab Juli 1976. Der Name ist abgeleitet vom Ramones-Song „Now I Wanna Sniff Some Glue“.

Die besonderen Möglichkeiten der Kommunikation in Fanzines (siehe Kapitel 3 Fanzines im Kontext alternativer Medien, S. 21) und die Absichten, die Herausgeber wie partiell Mitwirkende verfolgen, bilden also einen weiteren wichtigen Aspekt auf der Suche nach einem adäquaten Definitionsansatz.

¹² Perkins, Stephen, „What's a zine?“, *Subbild* 1994, o. S.

¹³ Vgl. <http://www.ijamming.net/Music/SniffinGluebook.html> [14.09.2010].

Sehr emotional und bei Weitem nicht mehr so nüchtern wie zuvor, schreibt Jens Neumann an anderer Stelle über die Selektion der übermittelten Informationen und das Potenzial, das für den Einzelnen in der Herausgabe eines Fanzines steckt:

Ein Fanzine ist der öffentlich gemachte Ausdruck der Persönlichkeit seiner HerausgeberInnen, ist politische Stellungnahme, Gesinnungsausdruck, fast ein wenig exhibitionistisch. Ein Pessimist würde sagen Geldverschwendung, ein Optimist, Ausdruck demokratischer Gesinnung. FanzinerInnen ist ihr Produkt ans Herz gewachsen, ihr „Kind“, ihre Befriedigung, etwas „sinnvolles“ gemacht zu haben, die Möglichkeit innere Wünsche, Träume, Ideen, Meinungen, ihren Haß, ihre Enttäuschung öffentlich zu machen. Ein Stück, ich weiß es ist abgedroschen, Selbstverwirklichung, „Selbstbefriedigung“, Selbstdarstellung.¹⁴

Der viel zitierte Punkslogan „Mach was du willst – aber mach es selbst“ gewinnt hier erneut an Bedeutung. So eint alle Fanzines nicht nur die nötige Motivation ihrer Herausgeber, sondern auch Subjektivität. Die Informationen werden nach den Meinungen und Ansichten der Herausgeber präselektiert, generell wird aber alles gedruckt, was nicht den Grundprinzipien der jeweiligen Hefte widerspricht (z.B. rechtsextremes Gedankengut). Subjektives Schreiben gehört demnach nicht nur zum guten Ton, es ist gemeinsames Stilmittel.

Eine Kombination der bisher erwähnten Aspekte zur Beschreibung von Fanzines bildet Jörg Nicolaus in seinem Aufsatz „Fanzines – Geschichte, Bedeutung und Perspektiven“:

Fanzines sind solche Publikationen, die von nicht-kommerziellen Körperschaften herausgegeben werden und über alternative Distributionswege (Eigenvertrieb, Mailorder, Tonträgerdistribution, nicht Postzeitungsvertrieb) ihrem Publikum zugänglich gemacht werden. Generell hat bei einem FANZINE das Mitteilungsbedürfnis der HerausgeberInnen einen höheren Stellenwert als das Informationsbedürfnis der avisierten Teilöffentlichkeit und die marktstrategischen Ambitionen der Kulturindustrie.¹⁵

¹⁴ Neumann, *Zeitung zur 12. Mainzer Minipressen-Messe*, 1993, S. 7.

¹⁵ Nicolaus, Jörg, „Fanzines – Geschichte, Bedeutung und Perspektiven“, *Fanzines 2. Noch wissenschaftlichere Betrachtungen zum Medium der Subkulturen*, Hg. Jens Neumann, Mainz: Ventil 1999, S. 11-26, hier S. 16.

Herausragend hierbei ist die Prägnanz, mit der Nicolaus das Wesen von Fanzines einfängt, denn äußere Erscheinungsformen lassen sich nur zu leicht adaptieren und somit auch imitieren (und zwar in beide Richtungen → von etablierten Zeitschriften als auch von Fanzines).¹⁶ Den Fokus auf das Mitteilungsbedürfnis der Herausgeber zu legen, die ihr „Labor of Love“ ungeachtet aller ökonomischen Verlockungen so gestalten, wie es ihnen gerade in den Sinn kommt, ist zielführender. Die nicht kommerziell ausgerichtete Orientierung der Fanziner ermöglicht ein von allen Zwängen befreites Schreiben – somit totale Unabhängigkeit.

In den Mittelpunkt einer akzeptablen Definition sollten deshalb die Menschen hinter den Fanzines rücken. Ohne ihren Idealismus, ihren Schaffensdrang, ihr Mitteilungsbedürfnis würde es keine Fanzines geben. Vordergründig relevant sind auch die Auswirkungen auf den einzelnen Leser sowie auf die Infrastruktur ganzer Subkulturen. Fanzines sind Sprachrohr und Meinungsführer zugleich, sie dienen der sceneinternen Vernetzung. Sie bringen auf unterhaltsame Weise Diskussionen in Gang und informieren über Aktivitäten der Szene. Gerhard Kettler bezeichnet dies als eine „sceneinterne, stabilisierende Binnenfunktion“¹⁷. Erst danach kommen optische Unterscheidungsmerkmale.

Fanzines entwickeln sich ständig weiter, sowohl durch neue künstlerische Strömungen und politische Notwendigkeiten als auch durch technische Errungenschaften. Was jedoch bleibt, ist die Notwendigkeit eines Kollektivs an Menschen mit konvergenten Interessen.

Fanzines konstituieren eine partikuläre Kunstwelt, basierend auf der Produktion eigener Texte, Bilder, Videos und Musik¹⁸ und – im Falle von Fanzines – eigener Medien. Gleichsam Bedingung wie Resultat ist ein Netzwerk aus Gleichgesinnten:

¹⁶ Vgl. Dieckmann, Jenz, „Fanzination. FANZINES – Das Medium des Undergrounds. Diplomarbeit über die Kommunikation in Undergroundzeitschriften“, Dipl. FH Düsseldorf 2000, S. 6.

¹⁷ Vgl. Kettler, Gerhard, „Alternative Tageszeitung in Österreich. Studie über die in alternativen Bewegungen an eine alternative Tageszeitung gestellten Ansprüche“, Dipl. Universität Wien 1997, S. 41.

¹⁸ Vgl. Jenkins, Henry, „Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community“, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, Hg. Lisa A. Lewis, London: Routledge, S. 208-236.

Fanzines can [...] represent or stand in for, and activate or establish, a community.¹⁹

Dieser Faktor ist innerhalb einer Definition dieser distinkten, idiosynkratischen Medien elementar. Fanzines begründen eine Gemeinschaft, sie sind nur einem kleinen Teil der Bevölkerung bekannt und auch physisch zugänglich, weshalb Amy Spencer durchaus zuzustimmen ist, wenn sie sie als „elitär“ bezeichnet.²⁰

Eine allumfassende Definition von Fanzines gibt es nicht. Eine solche müsste viele Aspekte vereinen und man würde sich in immer weiter zu definierenden Allgemeinheiten verlieren (Was ist alternativ, Subkultur ...?). In diesem Sinne ein letzter, subjektiver, in keinem Fall allgemeingültiger Definitionsansatz von Stephen Duncombe:

If pushed to come up with a single defining attribute I would have to say this: zines are decidedly amateur. [...] While other media are produced for money or prestige or public approval, zines are done – as Factsheet Five’s founding editor Mike Gunderloy is fond of pointing out – for love: love of expression, love of sharing, love of communication.²¹

Im Untergrund kursieren Tausende Fanzines neben unabhängigen Magazinen und Zeitungen, entstanden aus ähnlichen Idealen oder der simplen Ambition, Worte und Texte in gedruckter Form erscheinen zu lassen. Entgegen der weitverbreiteten Annahme, Punks wären die Ersten in der Geschichte, die Fanzines produzierten, müssen diverse Entwicklungen im Rahmen alternativer Kommunikation gewissermaßen als Vorfahren von bzw. Vorlagen für die Fanzines der Punks festgehalten werden.

¹⁹ Atton, 2002, S. 54.

²⁰ Vgl. Spencer, Amy, *DIY. The Rise of Lo-Fi Culture*, London/New York: Marion Boyars 2008, S. 18.

²¹ Duncombe, S. 18.

2 HISTORISCHER KONTEXT

Die Entwicklung reicht vom Science-Fiction Zine in den 1930ern, dem dadaistischen Kunstzine und der Beat-Literatur in den 50ern über die radikalen Polit-Zines in den 60ern bis zu den herausragenden Punk Fanzines der 1970er Jahre bis heute – und weiter zu Online-Blogs und Guerilla News Reportings.

All diesen Publikationen ist gemeinsam, dass sie aus dem individuellen Drang einzelner Personen heraus entstanden sind, neue Formen von Kultur und Kommunikation zu kreieren und gemäß den ganz persönlichen Vorstellungen anderen zugänglich zu machen.²² Der augenscheinlichste Anreiz dafür ist die Möglichkeit, ohne Restriktionen, ohne Manipulation, ohne kommerzielle Zwänge und ohne Zensur das zu schreiben und zu publizieren, was einem gerade in den Sinn kommt.

Jedoch widmen sich nur wenige Archive und Bibliotheken der Sammlung von Fanzines. Ein Anspruch auf Vollständigkeit ist quasi unmöglich, bei einem solch kurzlebigen Medium, das sich besonders seit der Punkbewegung durch eine schier grenzenlos unregelmäßige Erscheinungsweise auszeichnet. So ist es den Archiven meist nur möglich, aktuelle Ausgaben zu sammeln, bzw. sind sie auf Sachspenden früherer privater Sammler angewiesen, die ihre Sammlung der Öffentlichkeit zugänglich machen wollen.

Ein kleiner, keinesfalls vollständiger, ständig zu ergänzender Eindruck über die Entstehung von Fanzines, wie wir sie heute kennen, und deren Beeinflussung durch Kunst, Politik und Gesellschaft soll im Folgenden gegeben werden.

2.1 Science-Fiction

Mitte der 1920er Jahre tauchten erstmals Science-Fiction-Magazine an den Zeitungsständen in ganz Amerika auf. Hugo Gernsbacks *Amazing Stories* gilt als eines der Ersten und sein Anliegen war es, den Lesern fundierte,

²² Vgl. Spencer, S. 14.

wissenschaftliche Berichte näherzubringen. Berühmtheit erlangte das Magazin allerdings durch die Publikation von Texten von Jules Verne, H. G. Wells und Edgar Rice Burroughs.²³

Besondere Erwähnung findet *Amazing Stories* hier allerdings, weil die Editoren eine für diese Zeit radikale Entscheidung trafen und so gewissermaßen den Startschuss für alle Fanzines gaben: Sie entschieden sich dafür, Leserbriefe abzudrucken, und veröffentlichten auch die dazugehörigen Namen und Adressen. Dies ermöglichte erstmals eine neue Form der Kommunikation zwischen Menschen mit gleichen Anliegen und Interessen.

Diese Entwicklung ist in der Geschichte der Fanzines als Meilenstein zu betrachten, denn schnell gründeten sich überall in Amerika Science-Fiction-Clubs, die bald ihre eigenen Publikationen hervorbrachten und diese „fan-magazines“ oder „fan-mags“ nannten. Das früheste dieser „fan-mags“ war *The Comet*, produziert von Roy Palmer für *The Science Correspondence Club* im Mai 1930. Erst in den 40ern prägte Louis Russell Chauvenet den Begriff „Fanzine“.²⁴ Den Science-Fiction-Anhängern war es somit gelungen, erstmals eine eigene, alternative Kommunikationsstruktur abseits etablierter Medien aufzubauen. Diese neuartige publizistische Aktivität beschränkte sich zunächst auf die Vereinigten Staaten von Amerika und wurde erst 1955 mit *ANDROMEDA* im deutschen Raum umgesetzt.

2.2 Dadaismus

Dada-Künstler haben in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts gewissermaßen eine erste Designvorlage für moderne Zines geliefert. Dada oder Dadaismus als radikale künstlerische und literarische Bewegung forderte den kompletten Bruch mit Tradition und die systematische Destruktion von Kultur und Zivilisation. Die Künstler experimentieren mit Techniken wie Collage und Détournement.

²³ Vgl. Spencer, S. 79.

²⁴ Vgl. Spencer, S. 80.

Détournement ist die bewusste Zweckentfremdung bestehender Formen. Die Bedeutung sozial stereotyper Elemente wird durch Mutation und Umkehrung destabilisiert. Verschiedene Designs und Symbole der Mainstream-Kultur werden für eigene Zwecke adaptiert und mit neuen Bedeutungen belegt.

Solch subversive Techniken der Verfremdung und Sinngebung bieten Subkulturen bis heute die Möglichkeit, einen eigenen Raum für sich innerhalb des Mainstreams zu gestalten.²⁵

So zirkulierten bald selbst publizierte Magazine wie *Cabaret Voltaire*, *Dada* und *New York Dada*, bestehend aus verschiedensten Materialien, Collagen, Stempeln etc., entworfen und gedruckt von den Künstlern selbst. Viele dieser Techniken wurden später von den Surrealisten und Situationisten adaptiert und haben weite Verbreitung in Punk-Fanzines von den 1970er Jahren bis heute gefunden.

2.3 Situationistische Internationale

Die Arbeit dieser 1957 gegründeten linksradikalen künstlerischen Pariser Bewegung kann auch als grundlegend für das Design heutiger Fanzines erachtet werden. Die Gruppierung vertrat die Auffassung, Kunst dürfe nicht als elitäre, spezialisierte Aktivität gesehen werden, sondern als Teil des Alltags. Beeinflusst wurde die Bewegung sowohl von Dada, Surrealismus als auch Fluxus.

Die Arbeiten der Situationisten sind abstrakt und meist schwer verständlich. *Die Situationistische Internationale* veröffentlichte eine Reihe von Publikationen, darunter *Potlatch*, womit eine gänzlich neue Form der Distribution eingeführt wurde. *Potlatch* wurde an zufällig aus dem Telefonbuch ausgewählte Empfänger verschickt, mit der Anmerkung:

All texts published in Potlatch can be reproduced, adapted or quoted without any mention of the source.²⁶

²⁵ Vgl. Spencer, S. 102.

²⁶ Spencer, S. 104.

1972 löste sich die Gruppierung schließlich auf, aber ihr Einfluss auf Fanzines bleibt bis heute bestehen, sowohl in Aspekten des Designs und der radikalen Einstellung als auch in Fragen der Distribution.

2.4 Fluxus

Erwähnung findet Fluxus hier aufgrund der für Fanzines prägenden Einstellung, dass Kunst nicht nur für alle zugänglich sein müsse, sondern auch jeder Kunst produzieren könne. Der Begründer George Maciunas erklärte der von ökonomischen Interessen getriebenen und von Kritikern beherrschten Kunstwelt den Krieg und forderte die (zugegebenermaßen idealistische) Gleichstellung aller Künstler. Seiner Vision zufolge sollten alle aus der Bewegung hervorgehenden Kunstwerke anstatt mit der Signatur der jeweiligen Künstler nur mit dem Wort „Fluxus“ unterzeichnet werden.²⁷

2.5 Politische Fanzines

Eine Politisierung von Fanzines fand im Zuge der Studentenbewegung der 1960er Jahre statt. Die Ziele und Anliegen der Aktivisten widersprachen der gängigen Meinung und Linie der etablierten Presse und es entwickelte sich eine Art von Machtkampf.

Aus der Bewegung heraus entstanden allein in den USA 150 auf inhaltlicher und finanzieller Ebene unabhängige Magazine, mit einer Leserschaft von über zwei Millionen. Viele dieser Magazine erwuchsen aus der Unzufriedenheit mit der Berichterstattung der etablierten Medien. Ein neues Netzwerk abseits der staatlich beeinflussten/kontrollierten Presse veröffentlichte Artikel, die nicht institutionell präselektiert wurden und in konfrontierender, provokativer Sprache zum Ausdruck brachten, was viele damals fühlten.

²⁷ Vgl. Spencer, S. 106.

Untergrundmedien haben in der Vergangenheit immer Themen abgedeckt, vor denen sich die Massenmedien scheuten: Bürgerrechte, Tierrechte, Korruption, Krieg, alternative Lebensweisen etc. Amy Spencer betont:

The importance of their attention to these issues lies in the fact, that today they are addressed in the mainstream media: their efforts have brought about change.²⁸

So gibt es auch eine Korrelation zwischen dem politischen Klima einer Ära und der Zahl der unabhängigen Publikationen. In Zeiten mit politischen und/oder sozialen Repressionen werden ungleich mehr Fanzines publiziert. Brent Ritzel, Herausgeber des *Zine Guide*, erklärt diesen Trend im Jahr 2001 wie folgt und prophezeit:

I think we'll also see a new explosion of punk music because, in the last few years, people have gotten complacent. That's why we have Bush as president now, 'cause people got a little fatter in their pocketbook and forgot the rage. People forgot how bad things were in the Reaganomics era. And we'll see a return to anger in zines.²⁹

2.6 Musik Fanzines

Die Entwicklung musikorientierter Fanzines verlief zeitlich parallel zu der Entstehung politischer Zines. So schufen ebenfalls in den 1960er Jahren Rockmusikfans erste Zeitschriften über ihre Lieblingsbands. Fanclubs, wie beispielsweise der von *Greatful Dead*, produzierten Hefte, die sich um Platten, Konzerte und Fanartikel ihrer Idole drehten.

Mit der Zeit wurden die Inhalte komplexer. Hefte begannen sich nicht mehr nur auf eine Band zu beschränken, sondern erweiterten ihren Fokus und wurden so schließlich zum Sprachrohr ganzer musik- und jugendkultureller Szenen.

Während die Zahl unabhängiger Zeitungen sank, wurden in den späten 70ern mehr und mehr Fanzines publiziert. Der erhöhte Output lag nicht nur an den vielen neuen Bands, über die es zu berichten galt, sondern auch an den neuen Technologien, die die Produktion billiger und einfacher machten. Doch während

²⁸ Spencer, S. 148.

²⁹ <http://www2.citypaper.com/arts/story.asp?id=4143> [02.03.2011].

das Layout dieser Hefte noch den herkömmlichen, am Kiosk erhältlichen Zeitschriften ähnelt, kam es erst durch Punk zu einer richtiggehenden Explosion an Fanzines und zu einer Art grafischer Revolution.

2.7 Technologien

Technologien sind integraler Bestandteil jeglicher publizistischen Aktivität. Jede neue Entwicklung, wie etwa der Kopierer oder das Internet, hat die Produktion massiv verändert und leichter zugänglich gemacht. So sind Fanzines auch auf technologischer Ebene gewissermaßen als kulturelle Artefakte zu sehen, als Belege für die vielzähligen Aktivitäten jenseits des Mainstreams.³⁰

Das Aussehen von Fanzines hat sich über die Jahre immer wieder gewandelt. Spätestens aber mit dem Aufkommen der Punkbewegung sind den persönlichen Vorlieben im Rahmen der technischen Möglichkeiten keine Grenzen mehr gesetzt:

The form of zines lies somewhere between a personal letter and a magazine. Printed on a standard copy machine, fastened together on the side or corner, folded widthwise to form a folio and stapled in the crease, zines typically run from ten to forty pages. They can, however, run over one hundred pages as *Maximumrocknroll* does, and range from color reproductions and card stock covers, like those of *Fish Taco*, to what was once sent to me by the editor of *Frederick's Lament*: a seemingly random jumble of smudged copies, mass cultural flotsam and jetsam, and written personal statements stuffed into an envelope.³¹

Stephen Duncombe erklärt weiters, dass die Gestaltung und Produktion von Fanzines im Rahmen der technischen Möglichkeiten durchaus auch kuriose Ausmaße annehmen kann:

³⁰ Vgl. Spencer, S. 78.

³¹ Duncombe, S. 14.

Back in the 80s and 90s there was a strong suspicion of any zine that appeared too “slick”. The irony was that this was the time in which it got easier and easier to produce something that looked slick without being commercial via home computers and desktop publishing. So you had this odd phenomenon of people using publishing software and then going back over it with pen or photoshopping pictures so they looked as if they had been pasted in by hand. Sort of simulacra of authenticity.³²

Fanzines lassen sich nicht nur schwer definieren, sie sind aufgrund ihrer Vielfalt, ihrer Unangepasstheit und ihres unterschiedlichen historischen Backgrounds auch theoretisch schwer zu erfassen. Nach Chris Atton ist das Fanzine „the quintessence of amateur, self-published journalism“³³. Am zielführendsten ist es daher wohl, Fanzines im breiten Spektrum der alternativen Medien zu verorten, denn

[...] zines and underground culture offer up an alternative, a way of understanding and acting in the world that operates with different rules and upon different values than those of consumer capitalism. It is an alternative fraught with contradictions and limitations [...] but also possibilities.³⁴

Doch auch alternative Medien wurden in der Vergangenheit von diversen Wissenschaftlern sehr unterschiedlich definiert. Aus diesen Definitionen und Charakteristiken möchte ich im nächsten Kapitel die wichtigsten und für Fanzines nachvollziehbarsten herausgreifen.

³² Duncombe, Stephen; zitiert nach Spencer, S. 186.

³³ Atton, 2002, S. 55.

³⁴ Duncombe, S. 10f.

3 FANZINES IM KONTEXT ALTERNATIVER MEDIEN

Gerhard Kettler definiert 1997 in „Alternative Tageszeitung in Österreich“:

Alternativmedien sind nicht-kommerzielle, also nicht der Lukrierung von Profiten dienende Produkte alternativer Öffentlichkeit, d.h. von alternativen Gruppen herausgegebene, grundlegend antikapitalistisch/antirassistisch/antipatriarchal orientierte Medien.³⁵

Johanna Dorer subsumiert Alternativmedien unter dem Terminus „nichtkommerzielle Medien“, welche sich charakterisieren lassen durch:³⁶

- die ihnen zugrunde liegenden Basis- bzw. Protestbewegungen, die dem Typus der progressiven Subkulturen zuzuordnen sind,
- ihre gesellschaftliche Position, zwischen Vereinnahmung und Ausgrenzung,
- ihre inhaltliche Position, die auf eine Herstellung von Gegenöffentlichkeit und Gegenmacht abzielt, und außerdem
- den charakteristischen Widerspruch von Identität/Zweck und Ökonomie.

So ist ein wichtiges Kriterium für die Definition von alternativen Medien laut Atton ein gewisser radikaler Kontext, oft kombiniert mit dem Ruf nach sozialen Veränderungen.³⁷

Tim O'Sullivan vertritt die Auffassung, dass dieser radikale Kontext sogar als primärer Zweck von alternativen Medien angesehen werden kann. Indem sie erklärtermaßen etablierte und institutionalisierte Medien und Politik abweisen bzw. verschmähen, treten sie ein für soziale Veränderung oder zumindest eine

³⁵ Kettler, S. 41.

³⁶ Vgl. Dorer, Johanna, „Struktur und Ökonomie der Alternativpresse. Eine Bestandsaufnahme des nichtkommerziellen Zeitschriftenmarktes am Beispiel Österreich“, *Publizistik* 40/3, 1995, S. 327-344, hier S. 330.

³⁷ Vgl. Atton, 2002, S. 14.

kritische Neubewertung bestehender, traditioneller Wertvorstellungen.³⁸ Die autarke Produktion der alternativen Medien definiert O'Sullivan weiters durch zwei Charakteristiken:

- a. einen demokratisch/kollektiven Produktionsprozess und
- b. Innovationsbereitschaft und Experimentierfreude in Form und/oder Inhalt des Mediums³⁹

Beide Punkte sind nicht nur auf Fanzines anzuwenden, sie sind gewissermaßen Fundamente, auf denen sich die Fanzine-Community aufbaut.

John Fiske hat 1992 in seinem Aufsatz „Popularity and the Politics of Information“ Unterschiede zwischen Mainstream- und alternativen Medien aufgezeigt, was das Selektionsverfahren der verbreiteten Nachrichten betrifft. Obwohl Fiske selbst Skepsis gegenüber der alternativen Presse und ihrer Relevanz für den durchschnittlichen Leser äußert, zeigt er auf, wie der Selektionsprozess der Massenmedien von den alternativen Medien politisiert wird und bezeichnet dies als „repression of events“⁴⁰. Für ihn stellt dieser Aspekt eine definierende Charakteristik für den spezifischen, inhaltsbezogenen Handlungsrahmen von alternativen Medien und somit Fanzines dar.⁴¹

Die gewissermaßen autonome Berichterstattung innerhalb von Fanzines und anderen alternativen Medien bietet ein Forum für jene Geschichten und Themen, die nicht in den Massenmedien auftauchen. Gründe hierfür können Druck von der Regierung oder wirtschaftlichen Vertretern und Werbepartnern, crossmediale Besitzverhältnisse, Medienmogule, Konservatismus, Prüderie – oder schlicht andere Auswahlkriterien und Prioritäten im Themenfindungsprozess sein.

³⁸ Vgl. O'Sullivan, Tim, „Alternative Media“, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, Hg. Tim O'Sullivan/John Hartley/Danny Saunders/Martin Montgomery/John Fiske, London: Routledge ²1994, S. 10.

³⁹ Vgl. O'Sullivan, Tim/Brian Dutton/Philip Rayner, *Studying the Media: an Introduction*, London: Arnold 1994, S. 205.

⁴⁰ Fiske, John, „Popularity and the Politics of Information“, *Journalism and Popular Culture*, Hg. Peter Dahlgren/Colin Sparks, London: Sage 1992, S. 45-63, hier S. 47.

⁴¹ Vgl. Fiske, 1992, S. 45ff.

Alternative Medien bieten demnach investigativen Journalismus, Informationen und Geschichten, die wir sonst nie zu hören bekämen, und Interpretationen und Meinungen von Menschen, die zum Nachdenken und Handeln anregen sollen. Fanzines bedeuten immer auch einen Demokratisierungsgewinn und im besten Fall initiieren sie soziale Veränderungen:

The change that is looked for need not be structural on a national or supra-national level; it may be local, even individual: for Duncombe even the personal act of becoming a zine editor is a social transformation, regardless of how few copies of the zine are sold (or even made). If the personal may be political, the personal may be of social consequence.⁴²

3.1 Zugrunde liegende Theorieansätze

Eine umfassende Theorie alternativer Kommunikation gibt es nicht. Dennoch sollen in der Folge einige Ansätze diverser Autoren – mit unterschiedlichen zeitlichen Hintergründen – beleuchtet werden, um das Phänomen „Fanzine“ wissenschaftlich zu untermauern. Der Leser wird dabei immer als zu aktivierender, potenzieller Mitstreiter verstanden.

Fanzines stellen für die jeweilige Subkultur ein Stück Gegenöffentlichkeit dar. Typisch für Punk ist ein hoher Grad der Beteiligung und Produktivität der Angehörigen der Szene. Diese Partizipation findet auch in Fanzines statt und führt zu einer Form der alternativen Kommunikation, wie sie schon Bertolt Brecht 1932 für das Radio forderte.

Er warf dem Rundfunk vor, nur akustisches Warenhaus zu sein, ein Medium der Einwegkommunikation, das seinen Zuhörer nur beliefert und dabei in seiner Wirkung folgenlos bleibt. Seiner Meinung nach sollte der Hörfunk in die Wirklichkeit eingreifen und sie verändern. Brecht wollte den Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat umwandeln.⁴³

⁴² Atton, 2002, S. 18.

⁴³ Vgl. Brecht, Bertolt, 1920–1932. *Aus Notizbüchern – Über alte und neue Kunst – Radiotheorie – Der Dreigroschenprozeß*. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1967. S. 132-140.

Hans Magnus Enzensbergers Beschreibung eines emanzipatorischen Mediengebrauchs ist gut auf Fanzines anzuwenden und weist im Gegensatz zu repressivem Mediengebrauch folgende Charakteristika auf:⁴⁴

- Dezentralisierte Programme, jeder Empfänger ist potenzieller Sender
- Mobilisierung der Massen
- Interaktion der Teilnehmer, Feedback
- Politischer Lernprozess
- Kollektive Produktion
- Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation

Ebenso erfüllen Fanzines Enzensbergers Kriterien alternativer Kommunikation:⁴⁵

- **Aufhebung der Trennung von Kommunikator und Rezipient**

Der Kommunikationsprozess durchläuft in Fanzines eine Demokratisierung. Der Leser kann nicht nur an der Gestaltung des Heftes mitarbeiten, sondern auch für die Distribution sorgen. Es entstehen Annäherungen zwischen Produzenten und Konsumenten.

- **Herstellung von Authentizität**

Gegen die durch Fehldeutung und Verfälschung künstlich erschaffene Realität der Massenmedien setzt die alternative Kommunikation Authentizität. Im Falle von Fanzines stammen die Herausgeber direkt aus der Szene und berichten deshalb authentischer als Massenmedien. Sie haben persönliche Kontakte zu Bands, Veranstaltern sowie Szenegängern und erhalten Informationen aus erster Hand. Auch die Sprache und das typische Schnipsellayout sind zu erwähnen.

⁴⁴ Vgl. Enzensberger, Hans Magnus, „Baukasten zu einer Theorie der Medien“, *Massenkommunikationsforschung*, Hg. Maximilian Gottschlich, Wien: Braumüller 1987, S. 76.

⁴⁵ Vgl. Enzensberger, Hans Magnus/Peter Glotz, *Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit*, München: Fischer 1997, S. 254-275.

- **Verbindung von Kommunikation und Aktion**

Alternative Medien wirken im Gegensatz zu Massenmedien nicht systemstabilisierend. Im Gegenteil, der Rezipient soll aus seiner Passivität herausgerissen werden, um so etwas an der bestehenden gesellschaftlichen Struktur zu ändern. Beispiele hierfür sind Aufrufe zu Demonstrationen oder Unterstützungserklärungen.

Der wichtigste der drei Punkte bezogen auf Fanzines ist die Aufhebung von Kommunikator und Rezipient, somit die Wandlung des in Massenmedien üblichen unidirektionalen Kommunikationsflusses in einen omnidirektionalen:

The Zine as a medium can be thought of as monological in practice yet dialogical in intent. Whilst its structure suggests other monological periodicals such as magazines and newspapers, it contains a powerful mechanism for enabling communication between individuals.⁴⁶

So akzeptiert die Majorität der Herausgeber Input von anderen nicht nur, sondern sie fordert dieses Engagement, teils auf beinahe missionarische Weise, ein:

Anzeigen, Platten, Tapes, Fanzines, Leserbriefe, Lobeshymnen, Schmeicheleien, Geschenke, Schmier- und Bestechungsgelder, Infos, Interviews, Fotos, Berichte, Erpressungsversuche, Aktfotos, Drohbriefe, also alles Verwertbare an: [...] ⁴⁷

Beiträge der Leserschaft sind demnach unerlässlich für den Fortbestand eines Fanzines.

Professionelle, kommerzielle Medien versuchen den Betrachter für eine gewisse Zeit zu fesseln und aus seinem Alltag in eine perfekte Fantasiewelt zu entführen. Fanzines hingegen erlauben dem Leser nicht, sich zu entspannen und völlig in das Medium einzutauchen. Anstatt einen konfliktfreien Ausweg aus dem stressigen Alltag anzubieten, halten sie diesem einen Spiegel vor. Ihre Dissonanz soll dem Leser eine Reaktion abverlangen.⁴⁸

⁴⁶ Atton, 2002, S. 67.

⁴⁷ OX # 1, 1989, o. S.

⁴⁸ Vgl. Duncombe, S. 134.

Brecht und sein episches Theater

Diese Vorstellung liegt auch schon Bertolt Brechts epischem Theater zugrunde. Seine Intention war es, das Publikum nicht in eine passive, politische Katharsis verfallen zu lassen, sondern es durch Verfremdungen dazu zu bringen, über die eigene Situation, das eigene Leben nachzudenken.⁴⁹ Die scheinbare Zufälligkeit der Handlungen in Brechts Dramen ist künstlerische Absicht und soll den Zuschauer zum Denken anregen. Sein pädagogisches Ziel war es, den Zuschauer zum Sehen anderer Möglichkeiten zu aktivieren.

Zines do this, knocking people out of the trance of the passive consumer.⁵⁰

Den Vorgang, Leser in Autoren zu verwandeln, bezeichnet Duncombe weiters als Emulation und als elementar für Fanzines.⁵¹ Dieser Prozess wird gefördert durch den Verzicht auf Copyrights.

Atton folgt Duncombes Argument:

The medium of zines is not just a message to be received, but a model of participatory cultural production and organisation to be acted upon.⁵²

Während sich die Partizipation der Leser an etablierten Magazinen und Zeitungen meist auf das Schreiben von Leserbriefen beschränkt, wird in Fanzines ein demokratisches Ethos sowohl proklamiert als auch praktiziert.

Zines [...], while pushing readers away, also welcome them back in – but as equals who make the switch from spectator to collaborator.⁵³

Produzent und Konsument verlieren ihren separaten Status und verschmelzen zum **Prosumer**. Diese Annäherung – sowie diejenige zwischen angebotenen

⁴⁹ Vgl. Duncombe, S. 134.

⁵⁰ Duncombe, S. 135.

⁵¹ Duncombe, S. 129.

⁵² Duncombe, S. 129.

⁵³ Duncombe, S. 135.

Medieninhalten und subkulturellen Eigenschöpfungen – kann theoretisch als mediale Konvergenz und Konkreativität gefasst werden.⁵⁴

Der Begriff **Prosumer** ist seit der Entstehung von WEB 2.0 in aller Munde, innerhalb der Fanzine-Gemeinde ist das Konzept jedoch nicht neu. Für Stephen Duncombe stellt es „the heart of the zine ethic“⁵⁵ dar.

Die nötigen Fähigkeiten zur Partizipation in Medien, als Voraussetzung des Prosumers, werden im Rahmen von Fanzines herausgebildet, praktiziert und gefordert. Die Akteure erwerben – für das Leben in unserer Zeit unerlässliche – Medienkompetenzen. So zeichnen sich Rezipienten von Medieninhalten durch große Aktivität aus. Besonders in der Persönlichkeitsentwicklung während der Pubertät entwickeln Jugendliche Fähigkeiten für einen kompetenten Umgang mit Medien. Sie lernen sie zu verarbeiten, zu gestalten, ja sogar zu beeinflussen und sind ihnen nicht länger passiv ausgesetzt.

Fanzines sind aber vor allem ein Jugendphänomen. Zumindest kommen die meisten in jungen Jahren zum ersten Mal damit in Kontakt bzw. initiieren ihr eigenes Fanzine. Darum soll hier die Rolle dieser Mikromedien in der Sozialisation, im Sinne der Heranführung und Integration einzelner Individuen in die Gesamtgesellschaft, beleuchtet werden.

Medienkompetenz und Medienpädagogik

Mediennutzung ist heute mehr denn je ein wichtiger Bestandteil der Entwicklungsarbeit Jugendlicher. Ihre Erfahrungen mit Medien beziehen sich auf bestimmte jugendspezifische Themen und/oder sind durch die Suche nach diesen bestimmt. Für die Auswahl von Medieninhalten ist eine ausgeprägte Themenbezogenheit demnach handlungsleitendes Motiv. Bestes Beispiel dafür sind Teenie-Zeitschriften. Generationenübergreifend werden junge Erwachsene dadurch an für sie plötzlich relevante Themen wie beispielsweise Mode, Liebe,

⁵⁴ Vgl. Zinnecker/Barsch, S. 279.

⁵⁵ Duncombe, S. 134.

Sex, Drogen und Subkulturen herangeführt. Viele haben über solch populäre Teenie-Zeitschriften zum ersten Mal Kontakt zu diesen Themen, wodurch ein Grundstein für eine spätere Interessensspezifikation oder auch für den Einstieg in eine Subkultur gelegt wird. So bezeichnen Jürgen Barthelmes und Ekkehard Sander Medienaktivitäten als „kulturelle Praxen, die vor allem der Kommunikation dienen, aber auch der Begegnung mit sich selbst“⁵⁶.

In der Medienpädagogik setzte man lange Zeit vor allem auf einen bewahrenden Ansatz, wobei Heranwachsende vor schädlichen Einflüssen der Medienangebote geschützt werden sollen. In den 1970er Jahren wurde diese Sichtweise um einen handlungstheoretischen Ansatz ergänzt. Der Unterschied zur Tradition der Cultural Studies besteht darin, dass „medienpädagogische Ansätze das Problem der Handlungsorientierung nicht nur gegenüber Medien, sondern dezidiert auch in ihnen formulieren“⁵⁷.

Diese progressive pädagogische Annäherungsweise an das Problem richtet den Fokus auf die Jugendlichen selbst. Sie sollen zu aktiven Partnern innerhalb des Kommunikationsprozesses herangebildet werden. Im Rahmen einer Handlungstheorie bedeutet das, ihnen direkte Einflussnahme in Form von Gestaltungs- und Partizipationsmöglichkeiten sowie einen Überblick über die Produktionsbedingungen zu ermöglichen.

Diese Art des Medienhandelns findet vorwiegend in nicht professionalisierten Bereichen der Medien, die nicht gewinnorientiert und Quoten-unabhängig orientiert sind, statt. Eine eigene Kolumne, ein eigener Beitrag baut ganz wesentlich auf die Präsentation des im Umgang mit Medien gewonnenen

⁵⁶ Vgl. Barthelmes, Jürgen/Ekkehard Sander, *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz*. Medienerfahrungen von Jugendlichen, Bd. 2, München: DJI ²2001, S. 48.

⁵⁷ Thiermann, Sven, „Produktive Identität. Mediale Aneignungstechniken zwischen Innovation und Nachahmung“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 39-49, hier S. 42.

Erfahrungsschatzes.⁵⁸ Fanzines sind somit bestes Beispiel für die Öffnung des Produzentenstatus und die Möglichkeit der Lukrierung von Medienkompetenzen.

Der Mensch erwirbt beim Umgang mit Medien aber auch für sich selbst einen persönlichen Gewinn sowie einen sozialen Nutzen. Auf der Beziehungsebene können Medien ein Gemeinsamkeitsgefühl erzeugen oder für Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen und Personen sorgen. Die Inhaltsebene steht für den Wissenserwerb durch Medien, die Bewusstmachung von Themen und Problemen (sowohl anderer Lebenswelten als auch persönlicher Art), für Zeitvertreib und Unterhaltung.⁵⁹

Der Medienkompetenz wird seit den 1990er Jahren und der Verbreitung des Internets ein hoher Stellenwert zugesprochen. Welche Konsequenzen dies auf einer sozial-konstruktiven Ebene hat, soll hier erläutert werden.

Der Mensch ist darauf angewiesen, sich stets selbst zu produzieren, durch Kommunikation, aber auch mittels seiner Produkte gegenständlicher oder textueller Art. Handlungen in Medien sind aus diesem Grund nicht nur Parallelkonstruktionen von Medientext und Identität des Handelnden, beide Prozesse sind vielmehr eng aufeinander verwiesen. Handeln in Medien, könnte man daher formulieren, ist eine strukturelle Verschmelzung zweier Herstellungsprozesse, der der Medien und der des Selbst.⁶⁰

Die von Medien angebotenen Geschichten und Inhalte dienen nicht nur Jugendlichen bei ihrer fortwährenden Arbeit am Selbstbild.⁶¹ Roland Hitzler und Anne Honer haben diese Kohärenz von Medienhandeln und Selbstverwirklichungsprozessen unter dem Begriff der „Bastelexistenz“ erläutert: „Man müsse sowohl die Drehbücher seines individuellen Lebens selber schreiben, und in diesem Streifen auch gleich selbst Regie führen.“⁶²

⁵⁸ Vgl. Thiermann, S. 48.

⁵⁹ Vgl. Barthelmes/Sander, S. 296f.

⁶⁰ Thiermann, S. 44f.

⁶¹ Vgl. Barthelmes/Sander, S. 46f.

⁶² Hitzler, Ronald/Anne Honer, „Bastelexistenz. Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung“, *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*, Hg. Ulrich Beck, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1994, S. 307-315, hier S. 310.

Um diesen Prozess der Arbeit am Selbstbild besser zu verstehen, soll nun der Fokus auf die Heranbildung des Individuums gelegt werden und darauf, welche Einflüsse sowohl von außen als auch von innen ein Mitwirken in diversen Subkulturen bzw. das Engagement als Fanzine-Herausgeber haben kann.

4 IDENTITÄT

Identität ist das, was das Individuum einzigartig macht und somit vom Anderen unterscheidet. In unserer Zeit ist die Frage nach dem „Wer bin ich?“ zu mehr als einem „heiteren Beruferaten“ geworden, es muss vielmehr gefragt werden: „Wer bin ich im Verhältnis zu den Anderen?“ und „Wer sind die Anderen im Verhältnis zu mir?“

Identität ist ein theoretisch schwer zu erfassbarer Begriff. Eine genaue Abgrenzung konstituierender Elemente ist unmöglich, Einflüsse sind zwar verortbar, jedoch nicht konkret lokalisierbar. Zudem ist die konkrete subjektive Ausformung der Identität eines Individuums meist ein Patchwork aus unterschiedlichen Bereichen.⁶³

Nach Werner Fröhlich und James Drever ist Identität

[...] eine auf relativer Konstanz von Einstellungen und Verhaltenszielen beruhende, relative überdauernde Einheitlichkeit in der Betrachtung seiner selbst oder anderer.⁶⁴

Aus soziolinguistischer Perspektive ist Identität eine aktive, durch Sprache und andere semiotische Ressourcen vollzogene Aushandlung der individuellen Beziehung zu größeren sozialen Konstrukten. Identitäten werden im sozialen Handeln beansprucht und zugeschrieben.⁶⁵

Sabine Misoch betont, dass es sich dabei um einen „selbstreflexiven Prozess handelt, in welchem die verschiedenen Erfahrungsinhalte des Individuums von diesem synthetisiert werden“⁶⁶.

⁶³ Körber, Christian/Andrea Schaffar, „Jugend – Kultur – Identität. Identitätskonstruktionen in der Mediengesellschaft“, Dipl. Universität Wien 2001, S. 147.

⁶⁴ Fröhlich, Werner/James Drever, *Wörterbuch der Psychologie*, München: dtv 1978, S. 168.

⁶⁵ Vgl. Neumann-Braun, Klaus (Hg.), *Coolhunters. Jugendkulturen zwischen Medien und Markt*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2005, S. 161.

⁶⁶ Misoch, Sabina, „Die eigene Homepage als Medium adoleszenter Identitätsarbeit“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007. S. 163-182, hier S. 163.

Identitäten werden als soziale, kulturelle und diskursive Konstruktionen verstanden, deren Bedeutungen sich nach Kontext, Ort und Zeit verändern. Sie dienen nicht nur der Selbstbeschreibung, sondern sie werden sozial geformt und zugeschrieben. Sie zeigen die Zugehörigkeit zu einer Gruppe, einem Kollektiv oder einer Ethnie an und konstituieren einen Raum des Gemeinsamen. Gleichzeitig bedeutet dies aber auch eine Abgrenzung von anderen Identitäten. So wird zwischen dem „persönlichen Selbst“ und dem „sozialen Selbst“ unterschieden.⁶⁷

Identitätsarbeit ist die Arbeit an sich selbst und muss je nach Lebenssituation kontinuierlich angepasst werden. Sie ist

[...] als ein fortlaufender Prozess der Identifikation zu fassen, bei dem verschiedene, zunehmend medienvermittelte Identitätsangebote sich zur Gesamtartikulation der Identität fügen.⁶⁸

Identität im Zeitalter der Globalisierung

Stuart Hall bezeichnet das „postmoderne Subjekt“ als dezentriert und plural. Er spricht von Produkten „of complicated crossovers“ und Identitäten „in transition“⁶⁹. Er will damit zum Ausdruck bringen, dass wir alle unterschiedliche, sich nicht selten widersprechende Identitäten in uns selbst ausgebildet haben. Dieser Prozess wird insbesondere durch die Globalisierung verstärkt:

Sie [die Globalisierung] hat eine pluralisierende Wirkung auf Identitäten, schafft eine Vielzahl von Möglichkeiten und neuen Positionen der Identifikation und gestaltet Identitäten positionaler, politischer, pluraler und vielfältiger sowie weniger fixiert, einheitlich und transhistorisch.⁷⁰

⁶⁷ Vgl. Mikos, Lothar/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, „Einleitung: Medien – Identität – Identifikationen“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München Juventa 2007, S. 7-20, hier S. 12f.

⁶⁸ Hepp, Andreas, *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Wiesbaden: VS Verlag ³2010, S. 274.

⁶⁹ Vgl. Hall, Stuart/Paul Du Gay, *Questions of Cultural Identity*, London: Sage 2005, S. 109.

⁷⁰ Hall, Stuart, „Kulturelle Identität und Globalisierung“, *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*, Hg. Karl H. Hörning/Rainer Winter, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 393-441, hier S. 434.

Ebenso werden laut Müller et al. die gesteigerte Mediatisierung und die kulturelle Differenzierung als Ursachen dafür angesehen,

[...] dass Identitäten auf Märkten angeboten werden und dass Identität vom „alten essentialistischen Selbst“ zu Ansammlung „konfligierender Quasiselbste“, zum Patchwork, zur Bastelexistenz mutiert sei – oder sogar zum Gegenteil von Identität, nämlich der Vermeidung jeglicher Festlegung.⁷¹

Kulturelle Hybridisierung

Der Kulturtheoretiker Homi K. Bhabha spricht von kultureller Hybridisierung und meint damit die Flexibilität sozialer und kultureller Interaktionen.⁷² So konstruieren Menschen ihre Persönlichkeit nicht in einem Vakuum, sondern im Austausch, in der Konversation mit anderen.⁷³

Pluralisierung und Individualisierung sind zu Schlagworten einer sich ständig transformierenden Gesellschaft geworden. Identitätsarbeit ist nicht mehr stabil und kohärent, sondern ein stetiger, höchst subjektiver Produktionsprozess. Es ist vom Tod des Subjekts die Rede. Dem Patchwork-Gedanken folgend besteht die große Herausforderung eines jeden Individuums heute darin, „Kohärenz, Anerkennung und Authentizität herzustellen [...], aus denen die Handlungsfähigkeit der Subjekte wächst“⁷⁴.

Identitätsarbeit und Medien

In der Mediensozialisationsforschung wird die Bedeutung der Medien im Prozess der Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen als äußerst wichtig erachtet, wohingegen sich Sozialisationsforscher diesbezüglich sehr zurückhalten. Grund dafür ist die Ansicht, dass Medien dem Sozialisanden nichts zurückspiegeln können, und das ist jedoch nach Meinung der

⁷¹ Müller, Renate/Marc Calmbach/Stefanie Rhein/Patrick Glogner, „Identitätskonstruktion mit Musik und Medien im Lichte neuerer Identitäts- und Jugendkulturdiskurse“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 163-182, hier S. 135.

⁷² Vgl. Bhabha, Homi K., S. 34ff.; zitiert nach Duncombe, S. 46.

⁷³ Vgl. Duncombe, S. 46.

⁷⁴ Keupp, Heiner, *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2002, S. 286f.

Sozialisationstheoretiker absolut notwendig, denn nur über ein direktes positives oder negatives Feedback werden Rollenidentifikationen, Verhaltensadaptionen oder Werteinternalisierung möglich.⁷⁵

Fanzines sind vor allem ein Jugendphänomen, daher wird hier insbesondere die Position der Mediensozialisationsforscher näher beleuchtet. So sind Medien, neben der Peergroup, wichtige Elemente im Kontext adoleszenter Identitätsarbeit. Der jugendliche Alltag ist entscheidend von ihnen geprägt, sie sind in (post-)modernen Gesellschaften ein wichtiger Bezugspunkt für Jugendliche und tragen wesentlich zur Sozialisation bei. „Jugendliche sind heute Medienjugendliche und Biographien sind Medienbiographien.“⁷⁶

Medien eröffnen temporäre und kontingente Felder der Identifikation, die mit libidinösen Energien, Affekten und Phantasien verknüpft werden. Damit sind sie zu einer Sozialisationsinstanz geworden, mit und in der Kinder und Jugendliche ihre Identität aushandeln.⁷⁷

Aber nicht nur das, der Zugang jedes Einzelnen zu Informations- und Kommunikationsstrukturen entscheidet inzwischen über die Position und die Perspektiven in der Gesellschaft und führt zu Prozessen der Inklusion bzw. der Exklusion.⁷⁸ Anders ausgedrückt: „Die Rezeption ausgewählter Inhalte fließt in Positionierungen, Abgrenzungen und Selbstfindungen ein.“⁷⁹

4.1 Identität und Subkultur

Heutige Jugendliche führen ein anderes Leben als ältere Generationen. „Als Kinder des Pluralismus leben sie im Crossover von Moden und Ideologien.“⁸⁰

⁷⁵ Vgl. Mikos et al., Einleitung, 2007, S. 10.

⁷⁶ Baacke, Dieter; zitiert nach Misoeh, S. 164.

⁷⁷ Mikos, Lothar, „Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz“, *Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung*, Hg. Dagmar Hoffmann/Hans Merkens, Weinheim/München: Juventa 2004, S. 157-171, hier S. 161f.

⁷⁸ Vgl. Lash, Scott, „Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft“, *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*, Hg. Ulrich Beck/Anthony Giddens/Scott Lash, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1996, S. 212.

⁷⁹ Mikos et al., Einleitung, 2007, S. 14.

⁸⁰ Neumann-Braun, S. 9.

Sie nutzen daher insbesondere „audiovisuelle jugendmusik-kulturelle Symbolsysteme als Medium der Identitätskonstruktion“⁸¹. Jugendliche treffen

[...] Entscheidungen für Spezialkulturen, für audiovisuelle Symbolwelten, die sie sich mitsamt zugrunde liegender kultureller Wissensbestände, Kompetenzen und dazu gehörender kultureller Objekte aneignen und zur Selbstinszenierung dort einsetzen, wo sie soziale Anerkennung und Mitgliedschaft (soziale Inklusion) suchen.⁸²

Jugendliche inszenieren sich innerhalb ihrer Subkultur durch das passende Outfit und die richtige Verhaltensweise, aber vor allem durch ihr angehäuften subkulturelles Kapital. Belohnt werden sie dafür mit Anerkennung, Respekt und Integration:

Indem Zugehörigkeit zu einer Szene symbolisiert wird, wird Zugehörigkeit zugleich generiert [...]; indem Identität symbolisch präsentiert wird, wird Identität zugleich hergestellt [...].⁸³

4.2 Identität der Herausgeber

Was die Identität der Herausgeber authentisch macht, ist die Tatsache, dass sie ihre Identität in und durch ihre Fanzines selbst definieren:

The ‘modern ideal of authenticity,’ writes philosopher Charles Taylor, resides in the belief that ‘being true to myself is being true to my own originality, and that is something that only I can articulate and discover. In articulating it, I am defining it.’⁸⁴

Marc Calmbach verortet für Fanzines, ihre Herausgeber und Mitwirkenden jedoch ein Problem in der Verschärfung der Ambivalenz von Identität. Durch die ständige, generelle Verfügbarkeit von Symbolen nimmt ihr Distinktionspotenzial ab – während parallel dazu der Drang und die Notwendigkeit, sich abzugrenzen und Individualität zu signalisieren, wächst.⁸⁵ Dieser Widerspruch wird in Fanzines oft und ausgiebig diskutiert und bildet somit einen weiteren wichtigen Themenkreis.

⁸¹ Müller et al., S. 139.

⁸² Müller et al., S. 139.

⁸³ Müller et al., S. 139.

⁸⁴ Taylor, Charles, S. 29; zitiert nach Duncombe, S. 45.

⁸⁵ Vgl. Müller et al., S. 145.

Identitätskonstruktionen sind aber auch häufig von den finanziellen Ressourcen des Einzelnen abhängig. Wer nicht die nötigen Mittel aufbringen kann, um sich spezielle Tonträger, T-Shirts etc. zu kaufen, über deren Besitz Szene-Zugehörigkeit und Authentizität präsentiert wird, kann sich kaum etablieren. Andererseits können durch kulturelle (Eigen-)Produktion in Jugendkulturen Ressourcen erst geschaffen werden. Identitätsarbeit bedeutet häufig Arbeit in und für die jeweilige Jugendszene.⁸⁶

⁸⁶ Vgl. Müller et al., S. 140.

5 SOZIALER KONTEXT

Die vorliegende Arbeit bezieht sich im Besonderen auf Fanzines, die im und durch Punk, in seinem Umfeld und in seinen unzähligen Ausformungen entstanden sind. Daher soll diese äußerst deviante Subkultur im Folgenden beleuchtet werden.

5.1 Punk

„Immer radikal, nie konsequent“ – Walter Benjamin

Der Beginn der Punk-Bewegung ist, wie bereits erwähnt, als Meilenstein innerhalb der Geschichte von Fanzines zu betrachten. Nach Hollow Skai lag in den Jahren 1976/77 etwas in der Luft, das zwar ähnliche Ausmaße wie jede andere politische und kulturelle Jugendbewegung zuvor hatte, jedoch gänzlich andere Formen annahm. Etwas, das „soviel Schlagkraft besaß, die multinationale Vernetzung der spätkapitalistischen Medien, wenn auch nicht zu sprengen, so doch anzunagen“⁸⁷.

Das Resultat waren für ihn die vielen neuen Fanzines der Punk-Aktivist*innen. Heute rechnet er auch die zahlreichen kleinen Labels und Vertriebe dazu, die unabhängig von den großen Produktions- und Distributionsapparaten der Musikkonzerne arbeiten:

Von Veränderungen solcher Qualität und solcher Quantität hätten z.B. die Dadaisten – eine sowohl in der Radikalität, im universellen Anspruch und sogar in einzelnen Ausformungen dem Punk vergleichbare künstlerische Strömung – nur träumen können. Zwar verfügten die Dadaisten noch nicht über die technischen Möglichkeiten (etwa den Xerokopierer als Vervielfältigungsweg oder den Synthesizer zur künstlerischen Ton/Klangerzeugung), dafür standen sie auch nicht solch übermächtigen Gegnern gegenüber wie etwa den Medientrusts.⁸⁸

Die meist völlig falsche Berichterstattung der etablierten Medien über die Szene veranlasste Ende der 1970er Jahre unzählige Menschen dazu, Fanzines zu

⁸⁷ Skai, Hollow, *Punk. Versuch der künstlerischen Realisierung einer neuen Lebenshaltung*, Berlin: Archiv der Jugendkulturen-Verl. 2008, S. 14.

⁸⁸ Skai, S. 14.

gründen. Erstens als Sprachrohr zur Richtigstellung der verzerrten Wahrnehmung von Punks in der Öffentlichkeit, zweitens, um die szeneinterne Kommunikation zu gewährleisten und voranzutreiben.

Punk, in both America and Britain, offered young people a chance to establish some sense of control over their own lives, which given the political and social climate of the time was a challenge.⁸⁹

So steht Punk wie Generation um Generation zuvor für die Ablehnung und Zerschlagung existierender Regeln, die Durchsetzung von Veränderungen in der Gesellschaft und vor allem für die persönliche Freiheit des Einzelnen, das zu tun/zu sein, was man will.

Dieser Kerngedanke spiegelt sich auch in der Geschichte des 1969 gegründeten (*WHO PUT THE*) *BOMP!* wider. Das sehr erfolgreiche Fanzine erreichte neun Jahre später eine schier unglaubliche Auflage von über 25.000 Exemplaren und wurde dann jedoch eingestellt. Dies war weder finanziellen noch redaktionellen Problemen geschuldet, sondern schlicht und einfach der nachlassenden Motivation des Herausgebers Greg Shaw.

Punk bedeutet eine radikale musikgeschichtliche Veränderung im Vergleich zur vorangehenden Tradition bombastischer, überproduzierter Rockmusik der 1960er Jahre:

Punk was different, celebrating the amateur approach and championing the idea that anyone could create anything, and it is this key ethic that has echoed throughout underground culture ever since. Punk's zines were an embodiment of the ideal: the perfect emblem of the DIY attitude and a suitable anarchic celebration of lo-fi techniques.⁹⁰

Obwohl viele Punk Bands schließlich bei Major Labels unterschrieben, blieb Punk für den Mainstream der damaligen Zeit nur ein kurzer, kaum zu beachtender Ausbruch musikalischer Aktivität. Der Mainstream kratzte allerdings nur an der Oberfläche dessen, was Punk bedeutet. Bunte Irokesen, Lederjacken und

⁸⁹ Spencer, S. 156.

⁹⁰ Spencer, S. 155f.

wütende Texte sind leicht kopierbar. Das, was Punk ausmacht, ist aber die bereits erwähnte DIY-Ethik:

Seen by some as abrasive, violent and immature and by others as an important social and cultural movement, punk was certainly a form of music, media and style which revolved around the do-it-yourself ethic.⁹¹

So entstand durch Punk eine Gemeinschaft, die sich heute in viele unterschiedliche Richtungen entwickelt hat (Hardcore, Oi!, Streetpunk, Skatepunk ...), und jede dieser neuen Formen des Punk produziert eine Vielzahl eigener Versionen an Fanzines und findet ein Publikum.

Punks etablierten DIY als anerkannte Praxis, als Arbeitsmethode und bewiesen, dass es möglich ist, mit Eigeninitiative eine ganze Szene jahrzehntelang aufrechtzuerhalten. Für Punks boten Fanzines die ideale Möglichkeit, Informationen zu verbreiten:

They provided a network in the music scene, tying localized scenes and ideas into a more cohesive whole. Those involved quickly realized that this was a music scene that needed to forge a tight community to survive against the mainstream.⁹²

Auf einem im *No Fun* nachgedruckten Flugblatt schrieben *Das Pack*, zwei Hamburger Punks:

Punk ist eine tolle Basis – man kann seine ganze Kreativität hineinstecken und viel aus unserer grauen Umwelt + Leuten machen. Versucht, Punk nicht nur nachzumachen, sondern etwas daraus zu entwickeln. Das ist der beste Weg, der Vermarktung – der Verarschung – dem REINFALL zu entgehen.⁹³

Punks waren wütend und frustriert, sie opponierten gegen die Ideale von „Peace and Love“ der Hippies. Dennoch orientierte sich ihre Herangehensweise bei der Produktion von Fanzines weniger an der vorhergehenden Tradition der radikalen politischen Zeitungen, sondern an diversen Art Zines:

⁹¹ Spencer, S. 194.

⁹² Spencer, S. 156f.

⁹³ *No Fun* Nr. 28, o. S.

Many of the aesthetics typical to the punk zine, such as the handmade collages, use of slogans, appropriation of mainstream adverts and angry ranting articles, are all techniques seen before in the zines of the dada movement.⁹⁴

Punks benutzten Elemente ihres eigenen ästhetischen Stils, adaptierten diese und kreierten somit eine völlig eigene Form der Kommunikation durch Fanzines. Eine Art Vereinnahmung massenkultureller Formen und Symbole vollzog sich und ließ eine für diese Zeit neuartige Ausdrucksweise entstehen. Wie Teal Triggs, Ko-Autorin von *Below Critical Radar: Fanzines and Alternative Comics from 1976 to Now*, im Jahr 2000 erklärt:

When punk arrived in the UK, a politics of resistance translated into a subcultural graphic language manifest in the use of “threatening” ransom note lettering, anarchist symbols, underpinned by an intentionally “shocking” and aggressive use of swear words and slogans, intentional misspellings and incorrect use of punctuation.⁹⁵

Mag das Layout der Punk Fanzines auch mit den Dada-Zines vergleichbar sein, in ihrer Radikalität ähneln sie den politischen Zines der vorausgehenden Dekade. Worin sie sich unterschieden, “was their attitude. The punk zine was far less idealistic, this was the cynical side of self-publishing.”⁹⁶

Dennoch ist Punk nicht nur eine neue künstlerische Ausdrucksweise, sondern auch politisch motiviert. Die anarchistische Weltanschauung, dass Menschen ohne jegliche staatliche Kontrolle leben können, ist tief verwurzelt. Wenn auch nicht explizit politisch motiviert, propagierten Punks die Redefreiheit.

Jamie Reid, der Poster für die radikale *Suburban Press* designte, war begeistert von der Idee, durch Musik politische Ideen zu verbreiten. Wie auch Malcolm McLaren orientierte er sich an situationistischen Vorbildern und schuf Werke, die noch heute weithin mit Punk in Verbindung gebracht werden, wie etwa die Poster der *Sex Pistols*. Er entwickelte aber auch andere situationistische Ideen weiter, so

⁹⁴ Spencer, S. 157.

⁹⁵ Interview mit Teal Triggs 2003; zitiert nach Spencer, S. 157.

⁹⁶ Spencer, S. 158.

überzeugte er Bands, ihren eigenen geplanten Auftritten fernzubleiben, sei eine neue Form von Détournement.⁹⁷

Ein weiterer Unterschied zu den politischen Zines besteht darin, dass die Punks mit ihren Zines ausschließlich Gleichgesinnte in ihrer näheren Umgebung erreichen wollten und ihre Hefte nicht an szenefremde Personen weitergaben. So wurden sie einfach bei Konzerten verkauft:

[...] punk zine founders were rarely concerned with widescale distribution. In fact, they were only really interested in reaching fellow punks.⁹⁸

Ausnahme: Maximumrocknroll

Natürlich gibt es auch Fanzines wie das *Maximumrocknroll*, das eine weit verstreute Leserschaft anspricht und nicht nur über lokale Angelegenheiten berichtet. Dennoch hat das Fanzine nie versucht, massenkompatibel zu werden und sich den Anforderungen des Marktes zu beugen. Die zentrale Idee hinter Punk, dass jeder ein Teil der/seiner kulturellen Szene sein kann, kann als Credo von *Maximumrocknroll* verstanden werden.⁹⁹

Um zu verstehen, in welchem Milieu Fanzines entstehen, möchte ich hier einen kurzen Exkurs in die Soziologie unternehmen. Verschiedene Modelle und Begrifflichkeiten sollen dazu beitragen, ein Gesamtbild dieser höchst eigenwilligen Medien und ihrer Herausgeber zu zeichnen.

5.2 Exkurs: Szene

Beate Großegger und Bernhard Heinzlmaier erstellen in ihrem „Jugendkultur-Guide“ 2002 eine Typologie jugendlicher Szenen nach ihren unterschiedlichen kulturellen Bezügen:¹⁰⁰

- Musik-Szenen (HipHop-, Techno-, Metal-Szene ...)

⁹⁷ Vgl. Spencer, S. 221.

⁹⁸ Spencer, S. 165.

⁹⁹ Vgl. Spencer, S. 185.

¹⁰⁰ Vgl. Großegger, Beate/Bernhard Heinzlmaier, *Jugendkultur-Guide*. Wien: Öbv + Hpt 2002, S. 123.

- Funsport-Szenen (Snowboarder-, Skateboarder-, Beachvolleyball-Szene ...)
- Jugendkultur im digitalen Zeitalter (Computer-Szene)

Das Leben in einer Szene wird dabei als Form „jugendlicher Vergemeinschaftung“ im Rahmen von modernen, individualisierten „Erlebnisgesellschaften“ verstanden. Szenen basieren auf einem sozialen, instabilen Netzwerk von Gruppen, das durch lose Verknüpfungen den Jugendlichen einen „vororganisierten Erfahrungsraum“ bietet. Szenen haben, wie bereits erwähnt, einen thematischen Fokus (Sport, Musik ...) und bilden um diesen Fokus eigene Lebensstile aus und tragen so zur sozialen und kulturellen Verortung und Identitätsbildung ihrer Mitglieder bei.¹⁰¹ Die Infrastruktur dieser Szenen wird durch drei Einrichtungen bestritten: „Treffpunkte, Events und Medien gleichermaßen, die auf ihre je spezifische Weise die Konstitution des Szene-Gesamts mittragen.“¹⁰²

Großegger und Heinzlmaier führen noch eine vierte Kategorie an. Sie wird interessanterweise solchen, eher kleineren Gruppen vorbehalten, die in offener Opposition zur Mehrheitsgesellschaft stehen:

- Jugendliche Subkulturen (Skinhead-, Punk-, Gothic-Szene ...) ¹⁰³

Die angeführte Kategorisierung ist in Bezug auf Fanzines nur als grober Überblick zu sehen. Die Unterteilung bleibt insofern problematisch, als auch – um nur ein Beispiel zu nennen – in Metal- oder Rockszenen politische Ambitionen oder Ähnlichkeiten der Lebensführung auszumachen sind und nicht nur derselbe Musikgeschmack die Mitglieder verbindet. Die Grenzen sind fließend, wobei festzuhalten ist, dass die für diese Arbeit herangezogenen Fanzines alle einer Subkultur im obigen Sinne entspringen.

¹⁰¹ Vgl. Hitzler, Ronald/Thomas Bucher/Arne Niederbacher, *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*, Opladen: Leske+Budrich 2001, S. 20ff.

¹⁰² Hitzler et al., S. 217.

¹⁰³ Vgl. Großegger/Heinzlmaier, S. 123.

Rangstufen

Wodurch sich innerhalb dieser kulturellen Szenen die jeweiligen Akteure auszeichnen und wie tief deren Grad der Integration in die jeweilige Gemeinschaft ist, ist ebenso von großer Wichtigkeit für das Verständnis von Fanzines. Darum folgt hier ein kurzer Überblick über die Strukturierung bzw. Zusammensetzung von Szenen:

Der Kernszenen sind jene Jugendlichen zugehörig, die sich zu 100% mit EINER Szene identifizieren und den Code ihrer Szene sowohl auf sprachlicher, modischer, musikalischer als auch philosophisch-weltanschaulicher Ebene im höchstmöglichen Ausmaß reproduzieren.¹⁰⁴

Der Freundeskreis dieser Kerngruppe setzt sich aus anderen Mitgliedern der Szene zusammen, sie konsumieren Szene-Medien, sprechen einen Szene-Jargon und verkehren vornehmlich in szenenahen Lokalitäten. Andere Szenen interessieren sie nur peripher.¹⁰⁵

Ronald Hitzler, Thomas Bucher und Arne Niederbacher verorten eine weitere wichtige Gruppierung:

Innerhalb des Szenekerns zwar nicht unbedingt die quantitativ größte, hinsichtlich der Reproduktion, Stabilisierung und Weiterentwicklung der Szene bzw. ihrer Kultur jedoch eine sehr bedeutsame Gruppierung ist die **Szene-Elite**. Ihre Mitglieder erbringen in der Regel funktional notwendige Leistungen für die Szene.¹⁰⁶

Beispielsweise durch die Planung und Durchführung von Veranstaltungen, Musikproduktion oder die Arbeit an einem Fanzine genießt die Szene-Elite einen bevorzugten Status und diverse Privilegien.¹⁰⁷

¹⁰⁴ Heinzlmaier, Bernhard, „Szeneanalysen als neue Grundlage für das Jugendmarketing“, *Jugendmarketing: Setzen Sie Ihre Produkte in Szene*, Hg. Bernhard Heinzlmaier/Beate Großegger/Manfred Zentner, Wien/Frankfurt am Main: Ueberreuter 1999, S. 15-35, hier S. 29.

¹⁰⁵ Vgl. Heinzlmaier, S. 29.

¹⁰⁶ Hitzler et al., S. 213.

¹⁰⁷ Vgl. Hitzler et al., S. 213.

Nicht mehr direkt zum Szenekern gehörend, zeichnet sich der **Szenegänger** dennoch durch starkes Engagement aus. Das Leben des Szenegängers spielt sich in und um die Szene ab, sein Leben

[...] gestaltet sich wie ein Gravitationsfeld, in dessen Zentrum die Szeneaktivitäten stehen, während andere Belange sich in Relation dazu platzieren. Das meint übrigens nicht, daß das Leben in der Szene prinzipiell den größten Zeitaufwand (im Verhältnis zu anderen Lebensbereichen) erfordern würde; vielmehr beschreibt das Bild vom Gravitationsfeld das typische subjektive Organisationsprinzip des Szenegängers: Er plazierte und gestaltet jene Teilstücke, aus denen er sein Leben bastelt, im Hinblick auf die Frage, welche Konsequenzen sich daraus für sein Szeneengagement ergeben.¹⁰⁸

Auch die **Randszene** beherrscht zu einem großen Teil noch den Szene-Code, sie lässt sich aber nicht auf eine konkrete Szene festlegen. Auch als Flaneure bezeichnet, empfindet die Randszene großes Vergnügen beim Mischen von Stilen, zeichnet sich durch wesentlich größere Flexibilität aus und ist somit als Inbegriff einer postmodernen Identität zu verstehen.¹⁰⁹

Die Randszene ist ironisch, distanzierter, geht lockerer mit den sogenannten Szene-Wahrheiten um, ist weniger scene-gläubig. Während für die Kernszene-Jugendlichen die Szene eine Art Religion ist, ist sie für die Randszene-Jugendlichen nicht mehr als ein Spiel.¹¹⁰

Die letzte, am weitesten vom Szenekern entfernte Gruppe ist die der **Sympathisanten**, oder wie Manfred Zentner formuliert, die „**Freizeitszene**“¹¹¹, diese findet sich zwar hin und wieder bei Szene-Events wie Konzerten oder in bestimmten Locations ein, sieht sich jedoch selbst (noch) nicht als Teil der Szene bzw. wird von dieser auch nicht als zugehörig anerkannt.¹¹²

Wissenschaftler quer durch alle Disziplinen sind sich nicht ganz einig, wie zentral für ein Engagement in einer bestimmten Szene oder Subkultur das Motiv der sozialen und kulturellen Distinktion ist. Ist es der Wille, sich abzugrenzen, oder ist

¹⁰⁸ Hitzler et al., S. 216f.

¹⁰⁹ Vgl. Heinzlmaier, S. 29.

¹¹⁰ Heinzlmaier, S. 29.

¹¹¹ http://www.praevention.at/upload/documentbox/jugendkultur_und_droge_1.pdf

¹¹² Vgl. Farin, Klaus, *generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute*, München: Beck 2002, S. 95.

es doch die Suche nach Gemeinsamkeiten? Meiner Meinung nach ist es eine Mischung aus beidem – man könnte es als den **Drang nach Exklusivität** bezeichnen.

5.3 Exkurs: Subkultur

Chris Atton argumentiert, dass Fanzines nicht bloß die Ausläufer einer marginalisierten kulturellen Praxis sind, sondern als **ganzheitlich subkulturelles** Phänomen zu verstehen sind, angefangen von ihrer Entstehung über die Distribution bis hin zur Rezeption und der zugrunde liegenden Intention der Herausgeber.¹¹³

Daher möchte ich den Terminus „Subkultur“ genauer bestimmen:

While some subcultures are secretive, others are spectacularly public in their clothes, music and behaviour. Subcultures often distinguish themselves against others – workers, achievers, ‘squares’ or the ‘mainstream’. They also differentiate amongst themselves and in so doing create hierarchies of participation, knowledge and taste.¹¹⁴

Ursprung

Der Begriff Subkultur wurde erstmals in den 20er Jahren des 20. Jahrhunderts in der Soziologie und Kulturanthropologie im Rahmen von sogenannten Gangstudien verwendet. Häufig steht der Terminus dabei als Synonym für Gegenkultur. In den 1970er Jahren definieren Wissenschaftler am Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) an der Universität von Birmingham Subkulturen in Relation zu Klasse, Ethnie und Geschlecht.

So unterteilt Rolf Schwendter in progressive und regressive Subkulturen. Progressive sind solche Gruppierungen, die den gegenwärtigen Zustand der

¹¹³ Vgl. Atton, 2002, S. 57.

¹¹⁴ Gelder, Ken/Sarah Thornton (Hg.), *The Subcultures Reader*, London/New York: Routledge 1997, Introduction.

Gesellschaft verändern wollen, während es das Ziel regressiver Subkulturen ist, vergangene Werte und Normen wiederauferstehen zu lassen (z.B. Neonazis).¹¹⁵

Weil der Begriff Subkultur heute oft negativ konnotiert ist, bevorzugt der Jugendforscher Klaus Farin in seinen Arbeiten den Terminus „Artificial Tribes“¹¹⁶, der sich jedoch nur schwer ins Deutsche übersetzen lässt.

Subkultur in den Cultural Studies

Im Mittelpunkt der Studien der Cultural Studies ist das Verständnis von Jugendkultur als Subkultur. Kultur wird als „whole way of life“ und somit als die „distinkte Lebensweise einer Gruppe oder Klasse, die neben den materiellen Produkten deren Bedeutungen, Werte und Ideen mit einschließt“¹¹⁷, verstanden.

Andreas Hepp weist darauf hin, dass Subkulturen sich nun durch „kleinere, stärker lokalisierte und differenzierte Strukturen“ [...] innerhalb eines größeren kulturellen Netzwerkes auszeichnen.¹¹⁸

Dieses Konzept ist zum einen gegen die damals vorherrschende Vorstellung der Jugend selbst als Klasse gerichtet, also als eine von jeden weiteren soziokulturellen Kontexten zu beschreibende, selbstständige und unabhängige Entität.¹¹⁹

Zum anderen aber, und dies stellt Andreas Hepp als den eigentlichen großen Fortschritt der Jugendstudien der Cultural Studies dar, ist es

¹¹⁵ Vgl. Schwendter, Rolf, *Theorie der Subkultur*, Hamburg: Europäische Verlagsanstalt 1993, S. 28f.

¹¹⁶ Farin, Klaus, im Gespräch mit Susanne Lindlbauer im Archiv der Jugendkulturen Berlin, August 2010.

¹¹⁷ Hepp, S. 185.

¹¹⁸ Hepp, S. 185.

¹¹⁹ Vgl. Hepp, S. 186.

[...] gegen die Vorstellung gerichtet, die Jugendkultur ausschließlich im Rahmen einer kommerziellen Ausbeutung und medialen Manipulation versteht. Jugend(kultur) ist – so die grundlegende These – mehr als nur ein Marktphänomen und bedarf eines komplexen Begriffsgefüges zu ihrer Beschreibung.¹²⁰

Elementare Termini für die Definition dieses komplexen Gefüges sind laut Hepp jene des **Stils** und der **Homologie**. Stil wird dabei als Freizeitphänomen verstanden, was mit der „Stammkultur“ der meisten Jugendkulturen korreliert, nämlich der Arbeiterkultur seit dem 19. Jahrhundert. Die Freizeit ist dabei das Segment der „relativen Freiheit“, in dem die Arbeiter ihrem persönlichen Vergnügen nachgehen können.¹²¹ Wesentlich dabei ist, „dass die Freizeitwelt nicht von der der Arbeit losgekoppelt ist, sondern dass die Freizeitvergnügen in ihren kulturellen Mustern ‚homolog‘ zu der Arbeitswelt sind“¹²².

Homologie der kulturellen Objekte

Demnach müssen Werte, Lebensstil und die verschiedenen Ausdrucksmittel einer Szene gemeinsame kulturelle Merkmale besitzen, somit in einem Verhältnis zueinander stehen und aufeinander verweisen. Unter Homologie ist also zu fassen – wie es der Kulturosoziologe Paul Willis formuliert –, dass

[...] besondere Gegenstände [und Praktiken; A.H.] in ihrer Struktur und ihrem Gehalt der Struktur [...] der sozialen Gruppe entsprechen und diese reflektieren.¹²³

Stil und Bricolage

Die frühen Cultural Studies definierten die Entwicklung kultureller Praxen und Neuerungen jugendlicher Subkulturen als „Stilbasterei“ bzw. „Bricolage“. Ursprünglich wurde diese Konzeption der Rekontextualisierung von Symbolen von Claude Lévi-Strauss für die Analyse von Stammesgesellschaften entwickelt. Bedeutungen sind den Objekten und Symbolen demnach nicht inhärent, sondern entstehen durch die Logik ihres sozialen Gebrauchs.

¹²⁰ Hepp, S. 185f.

¹²¹ Vgl. Hepp, S. 186.

¹²² Hepp, S. 186.

¹²³ Willis, Paul, S. 238; zitiert nach Hepp, S. 186.

Jugendliche eignen sich Elemente der dominierenden Kultur an und fügen sie in das Ensemble von Zeichen ein, das ihre Subkultur ausmacht. Dabei ist Provokation oft Teil des kulturellen Spiels: So werden Waren wie Kleidungsstücke und Accessoires, die auf dem Markt existieren, genauso wie eigentlich tabubesetzte Zeichen wie die deutsche Reichsfahne, Hakenkreuze etc. aus ihrem historischen Kontext gerissen, zweckentfremdet und zu einem „Szene-Code“ zusammengefügt.

Unter „Code“ versteht man die Summe aller sprachlichen, musikalischen, bildlichen und mimetischen Zeichen, die im weitesten Sinn das „Design“ einer Szene bestimmen.¹²⁴

Wobei die Destruktion bereits existierender und die Formulierung neuer Codes nicht nur als künstlerischer Ausdruck zu werten ist, sie bringt auch ästhetisches Vergnügen.¹²⁵

Ebenso kann jegliche Form von alternativer/radikaler Presse – insbesondere trifft dies auf Fanzines zu – als hegemoniale Herausforderung verstanden werden. Sei es auf einer explizit politischen Ebene oder im Rahmen von Bricolage auf indirekte Weise, durch Transformation von existierenden Zeichen und Rollenbildern. Diese bezeichnet Dick Hebdige als Herzstück jedes gegen die herrschenden Verhältnisse gerichteten, subkulturellen Stils.¹²⁶

Zudem wies Hebdige bereits 1979 auf die „entscheidende Rolle“ der Medien schon in diesem frühen Entstehungsstadium von Jugendkulturen hin:

Sie versorgen uns mit den meisten der vorhandenen Kategorien zum „Begrifflichwerden“ der gesellschaftlichen Umwelt. Wenn man so will: sie kauen uns unsere Erfahrungen vor. Presse, Fernsehen, Film interpretieren sie für uns und machen sie in ihrer Widersprüchlichkeit zu einem zusammenhängenden Ganzen.¹²⁷

¹²⁴ Großegger/Heinzlmaier, S. 13.

¹²⁵ Vgl. Hebdige, Dick, „Subculture. Die Bedeutung von Stil“, *Schocker – Stile und Moden der Subkultur*, Hg. Diedrich Diederichsen/Dick Hebdige/Olaph-Dante Marx, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1983, S. 8-120, hier S. 115.

¹²⁶ Vgl. Atton, 2002, S. 19.

¹²⁷ Hebdige, S. 78.

Für ihn ist es nicht überraschend, dass auch viele der in Subkulturen codierten Erfahrungen und Bedeutungen vorher durch die Hände der Medien gegangen sind.¹²⁸ Darum soll die Koinzidenz jugendlicher Identifikationsprozesse mit Medien näher beleuchtet werden.

Subkultur und Medien

Subkulturen bilden sich nicht in abgeschotteten Räumen, Medien und andere Kulturindustrien sind daher als wesentlicher Bestandteil eines Prozesses zu analysieren, mittels dessen Gruppen durch ihre mediale Repräsentation erschaffen werden.¹²⁹

Der Erstkontakt vieler Jugendlicher mit einer Subkultur findet meist durch Freunde oder die Massenmedien statt. Diese ermöglichen erst die Identifikation vieler Jugendlicher mit bestimmten Subkulturen. So erfinden die Massenmedien zwar keine Subkulturen, sie formen sie aber und markieren ihre Grenzen.¹³⁰

Im Rahmen der Cultural Studies

[...] werden Medien als keine die Jugendlichen manipulierenden oder die Alltagswelt der Jugendlichen nivellierenden Kräfte gesehen, vielmehr wird davon ausgegangen, dass Medienprodukte für die Jugendlichen „symbolische Ressourcen“ [...] sind, die es ihnen ermöglichen, eigene Erfahrungen in medienbezogenen Jugendkulturen auszudrücken.¹³¹

John Clarke diskutiert die Funktion der Medien insbesondere in Bezug auf die Verbreitung des subkulturellen Stils. Dieser kann sich durch seine Verbreitung durch die Medien in einen „Konsumstil“ auflösen. Den Medien fällt dabei eine höchst widersprüchliche Rolle zu, die man nicht bloß auf den Aspekt der Manipulation reduzieren kann.¹³² Einerseits kann

¹²⁸ Vgl.: Diederichsen et al., S. 78.

¹²⁹ Vgl.: Thornton, Sarah, *Club cultures. music, media and subcultural capital*, Cambridge: Polity Press 1995, S. 160.

¹³⁰ Vgl. Müller et al., S. 141.

¹³¹ Hepp, S. 186.

¹³² Vgl. Clarke, John, S. 141ff.; zitiert nach Hepp, S. 188.

[...] die häufig ablehnende Berichterstattung in den Medien über subkulturelle Stile eine in Relation zur Intention der Medienschaffenden gegenteilige Wirkung haben, nämlich die, dass sich der Stil in seiner subkulturellen Spezifik unter Jugendlichen weiter verbreitet.¹³³

Andererseits kann die Berichterstattung über Subkulturen (egal ob positiv oder negativ) den „Effekt der Kommerzialisierung“ und damit der Auflösung als Subkultur haben.¹³⁴ Denn wenn sich

[...] bestimmte Stilelemente so weit verbreiten, dass sie über keine Distinktionsspezifität mehr verfügen, werden sie für die Jugendlichen in ihrer gruppenkonstituierenden Funktion ‚bedeutungslos‘, der subkulturelle Stil als solcher löst sich allenfalls in einem „Konsumstil“ auf.¹³⁵

Dick Hebdige erläutert diesen Prozess der Vereinnahmung einer Subkultur durch die Medien am Beispiel Punk wie folgt:

Nach und nach nimmt die Subkultur eine eigene, aber gut vermarktete Pose an, und ihr visuelles und verbales Vokabular wird vertrauter. [...] Und dadurch können sie letzten Endes alle [...] vereinnahmt, eingereiht und auf der bevorzugten Landkarte problematischer sozialer Realität lokalisiert werden: bis zu jenem Punkt, wo Jünglinge mit Lippenstift nichts als „feingemachte Knaben“ sind und das Mädchen mit dem Gummidress zur „Tochter von nebenan“ wird. [...] So werden die Subkulturen fortwährend wiedereingegliedert und die zerbrochene Ordnung wiederhergestellt. Am Ende tauchen die ehemals abweichenden Regelbrecher als unterhaltsames Schauspiel in der vorherrschenden Mythologie (aus der sie zum Teil hervorkommen) reintegriert wieder auf: als Narren, als Andersartige oder als Feinde.¹³⁶

So hat die mediale Vereinnahmung von Jugendkulturen in den letzten Jahrzehnten zu einer Erhöhung des gesamtgesellschaftlich verfügbaren Zeichenrepertoires geführt.

¹³³ Hepp, S. 188.

¹³⁴ Vgl. Hepp, S. 188f.

¹³⁵ Hepp, S. 188.

¹³⁶ Hebdige, S. 84f.

Die Abweichung von der Norm ist in der Postmoderne somit zur ästhetischen Normalität geworden, weshalb Stil als Ausdrucksmittel sozialer Distinktion an Bedeutung verloren hat.¹³⁷

Dies hat zur Folge, dass die Signifikantenebene vieler Jugendkulturen immer weiter ausdifferenziert wird, so weit, dass ästhetische Signale nur noch von Eingeweihten wahrgenommen und entschlüsselt werden können. Diese soziosemiotischen Details werden von der Öffentlichkeit kaum noch wahrgenommen. Jugendkulturen schützen sich auf diese Weise vor der Vereinnahmung durch Massenmedien und vor Stereotypisierungen.¹³⁸

Klaus Farin erkennt zwei Formen der Wiedereingliederung von Subkulturen und ihrer Symbole in die Gesamtgesellschaft:¹³⁹

- **Die Warenform**

Darunter ist die Verwandlung subkultureller Stil-Symbole (Kleidung, Musik etc.) in massenhaft produzierte Objekte zu verstehen.

Der lukrative Transfer eines subkulturellen Stils in Konfektionsware für (fast) alle gelingt nur, wenn zentrale Elemente und soziale Kontexte des ursprünglichen Stils ausgetilgt oder verwässert werden können, gleichzeitig aber die „credibility“, der Duft der „Authentizität“, dabei nicht völlig verloren geht.¹⁴⁰

- **Die ideologische Form**

Hierunter fällt die Etikettierung und Umdefinierung abweichenden Verhaltens durch die herrschenden Gruppen – wie Polizei, Justiz, Politik und Medien.

Eine strikte Trennung von ideologischen und kommerziellen Manipulationen ist schier nicht realisierbar, da die Medien auf der einen Seite als Transporteure der ideologischen „ausgrenzenden und abwertenden Nachrichten unabkömmlich“, auf der anderen Seite selbst Elemente des kommerziellen Marktes sind. Ihnen liegt

¹³⁷ Müller et al., S. 141.

¹³⁸ Vgl. Müller et al., S. 142.

¹³⁹ Vgl. Farin, S. 128.

¹⁴⁰ Farin, S. 131.

somit aus eigenem Interesse viel an der Heranführung und Integration neuer Subkulturen in den Mainstream-Markt.¹⁴¹ Die Medien nehmen somit meist die Rolle des Vermittlers ein, denn eine „zu starke Stigmatisierung und Kriminalisierung einer neuen Kultur schreckt zu viele potentielle Kunden ab“¹⁴².

Vermarktung von Jugendkulturen

Heutzutage sind ganze Abteilungen von Konsum- und Medienunternehmen auf die Bearbeitung jugendkultureller Szenen bzw. Subkulturen spezialisiert. Sie sorgen für eine gute Infrastruktur und statten sie mit verschiedensten kulturellen Wünschen und Produkten aus. Stilbasterei wird auf globaler Ebene industriell betrieben.¹⁴³

Die Vermarktung von Jugendkulturen erfolgt jedoch nicht nur von außen, von der Medienindustrie, sondern auch aus ihrem inneren Kern heraus. Bestimmte Konsumgüter oder -praktiken werden mehr oder weniger radikal abgelehnt. Man will nicht von der Industrie, von den Produkten des Mainstreams abhängig sein, woraus sich die Notwendigkeit ergibt, eigene Musik, Mode, Medien zu produzieren – „aus der Szene für die Szene“.

Vermarktung und Vertrieb dieser kleinen, unabhängigen Labels, Bands, Plattenhersteller etc. spielen sich intern ab. Dies hat jedoch oft zur Folge, dass

[...] ein Fanzine-Herausgeber entdeckt, dass er seine bisher mit viel Zeit- und oft auch finanziellem Aufwand „ehrenamtlich“ betriebene Leidenschaft durch die Akquise bezahlter Werbeanzeigen von Szene-Mailordern und kommerziellen Plattenfirmen kostendeckend oder vielleicht sogar als Broterwerb betreiben kann (daß er dafür bestimmte Kompromisse im Layout eingehen, eine regelmäßige Erscheinungsweise garantieren und auch schon mal das eine oder andere Produkt der Anzeigenkunden im redaktionellen Teil präsentieren muß, versteht sich).¹⁴⁴

Besonders in der Punkbewegung wird so etwas nicht gerne gesehen, Ausverkauf und Massenkompabilität sind für die Szene ein schwarzes Tuch:

¹⁴¹ Vgl. Farin, S. 128.

¹⁴² Farin, S. 128.

¹⁴³ Zinnecker/Barsch, S. 289f.

¹⁴⁴ Farin, S. 130f.

Since the zine world is a non-located community, the walls are virtual ones fashioned from words. And the weapon used to repel the invaders and keep the faithful in line is accusation of "selling-out".¹⁴⁵

Sell-out

In einer Kultur, in der Individualität großgeschrieben wird, sollte man meinen, dass alles, was jemand macht bzw. nicht macht, als private Handlung, als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit gewertet wird. In der Realität stellt sich das jedoch oft anders dar. So wird beispielsweise Bands, die einen Vertrag mit einem Majorlabel unterschreiben, oder Herausgebern, die ihre Zines über einen kommerziellen Vertrieb verkaufen oder gar finanziellen Gewinn erwirtschaften, oft Verrat und Vertrauensbruch vorgeworfen, was gleichzusetzen ist mit einer Exkommunikation aus dem Underground:

They should be shunned because they represent the opposite of what the underground that supported them and gave them an identity is supposed to stand for.¹⁴⁶

Ihren Höhepunkt findet diese Denkweise am Beispiel der Band *Fugazi*. Von der Produktion der Alben bis zur gesamten Tourneepanung – die Band hat niemals etwas aus der Hand gegeben. Als sie schließlich eine große Popularität, wohlgermerkt „in“ der Punkszene, erreichte, und ihre durchwegs selbst organisierten Konzerte größer und größer wurden – wurde ihnen dennoch der Sell-out vorgeworfen. Aufgrund zu großer Popularität:

Like the search for the ever more obscure, any hint of popularity or accessibility is suspect. In a way this attitude is understandable: in our consumer society, popularity is equated with mass sales which are equated with a form and content dictated by the bottom line.¹⁴⁷

Es ist also ein schmaler Grat zwischen Ausverkauf und Authentizität. Da in Hinsicht auf Fanzines das Layout und die Qualität der Hefte nicht als Beurteilungskriterien herangezogen werden können, schlage ich vor, eine Unterscheidung anhand der Produktionsbedingungen zu machen. Profession kontra Freizeitvergnügen. Veröffentlicht der Herausgeber seine Hefte aus purer

¹⁴⁵ Duncombe, S. 160.

¹⁴⁶ *NO LONGER A FANzine* # 3, 1993, Blackwood, NJ, o. S.

¹⁴⁷ Duncombe, S. 161.

Lust oder verdient er sich seinen Lebensunterhalt damit und hat sogar Angestellte?

Ein in diesem Zusammenhang viel kritisiertes Heft ist das *OX-Fanzine*. Die erste Ausgabe erschien 1989 und umfasste 36 Seiten. Eine Auflage von 500 Stück wurde zu je 3 DM verkauft. Interviews wurden wortwörtlich vom Diktiergerät übernommen, inklusive aller „äh!“ und „oh!“. Die ersten Ausgaben trugen den Titel *OX the zine*, später *OX faces the facts* und erst 1994, bei Ausgabe # 17, ist das Wort *Fanzine* im Titel zu finden: *OX-Fanzine for loud, nasty music*. Besondere Erwähnung finden diese Selbstbezeichnungen hier, da sie unter den Fans und Kritikern hitzige Diskussionen auslösen.

Heute sind der Herausgeber und sein Team bei OX # 96 angelangt. Eine Auflage von rund 12.500 Stück ist erreicht, die Exemplare umfassen durchschnittlich 110 Seiten und werden für 5 Euro an Bahnhöfen sowie in diversen Szeneläden, aber vorwiegend im Abo verkauft. Der Download der aktuellen Ausgabe als PDF kostet 2,99 Euro. Es hat eine Professionalisierung stattgefunden und das Heft ist am Kiosk optisch gar nicht mehr von anderen feilgebotenen Magazinen zu unterscheiden. Trotzdem trägt es bis heute den Titel *OX-Fanzine*.

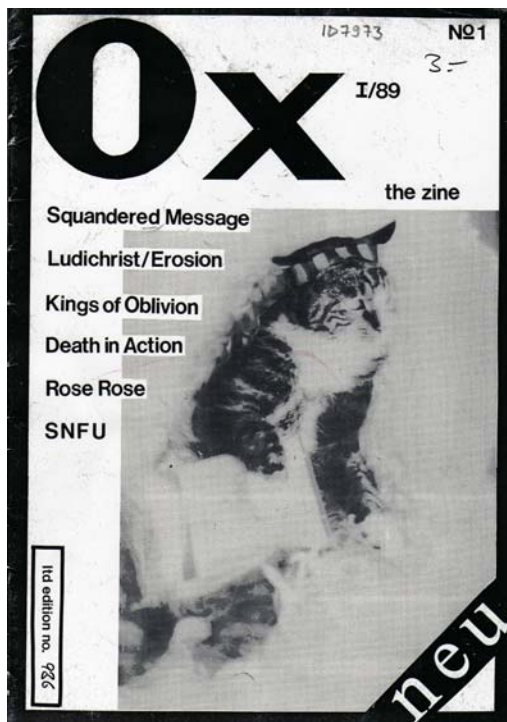


Abbildung 1: Cover OX-# 1

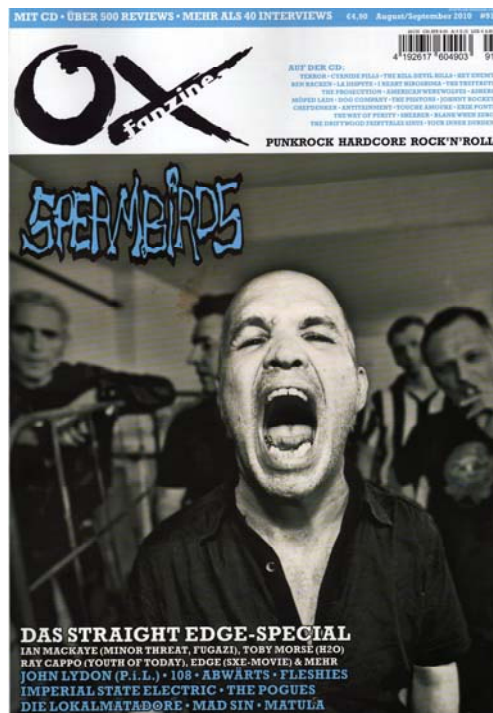


Abbildung 2: Cover OX # 92

Aber in der Diskussion stellt der Titel des Heftes nur das berühmte Tüpfelchen auf dem i dar – auch die Distributionspolitik des OX unterscheidet sich von „klassischen“ Fanzines. So ist das Kopieren jeglicher Beiträge verboten, das gesamte Heft ist urheberrechtlich geschützt. Und obwohl die vielen Interviews mit den verschiedenen Bands von den Mitarbeitern noch immer auf freundschaftlicher Basis geführt werden, finden sich am Ende doch standardisierte Floskeln in den Texten – die Authentizität der ersten Ausgaben ist verloren gegangen.

6 AUTHENTIZITÄT

In diesem Kapitel soll thematisiert werden, welche Rolle dem Authentischen in Fanzines zukommt und wie Inszenierungen von Authentizität reflektiert und beurteilt werden.

Auf der Grundlage, dass Medien Wirklichkeit konstruieren und das Bild nicht bloß ein Abbild der Wirklichkeit ist, sondern die Herstellung von Wirklichkeit durch Imitation, Transformation und das Kopieren von Bildern auch performativ erfolgt, wird die abgebildete Wirklichkeit real. Übertragen auf die Nachahmung des typischen Schnipsellayouts in den neueren Fanzines bedeutet dies, dass diese besondere Darstellungsweise real wird.

Damit werden die Grenzen zwischen Realität und Künstlichkeit, Wirklichkeit und Simulation fließend. Die Frage, die sich daran anschließen lässt ist, was ist unter dem Begriff Authentizität dann zu verstehen?¹⁴⁸

6.1 Authentizität und Lebensweise

Punk splitterte sich im Laufe der Jahrzehnte durch innere Entwicklungen sowie äußere Einflüsse immer weiter auf. Der Begriff umfasst mittlerweile eine breite Spanne an musikalischen und künstlerischen Ausprägungen (Skatepunk, Streetpunk, Hardcore-Punk usw.). Diese Vielfalt führt dazu, dass die Entscheidung, ob etwas als „Punk“ akzeptiert wird, nicht mehr anhand eines bestimmten Werkes (z.B. Film, Song, Fanzine) gefällt wird, sondern diese Frage wird nahezu ausschließlich vom integren Lebensstil des Produzenten/Musikers/Herausgebers bestimmt. Hinsichtlich der kulturellen Produktion der Punkbewegung wird daher ein Medium (z.B. CD, Fanzine) nur als wertvoll erachtet, wenn auch der Lebensstil der Produzenten als passend und authentisch empfunden wird.

¹⁴⁸ Schuegraf, Martina, „Authentizität im S(ch)ein der Starwelt des Musikfernsehens am Beispiel von Fallrekonstruktionen“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 119-133, hier S. 120.

Stilistische Unterschiede weisen nicht mehr zwangsläufig auf inhaltliche Differenzen hin, so „gilt in manchen Jugendkulturen vor allem als authentisch, wer authentisch handelt und nicht, wer authentisch aussieht“¹⁴⁹.

Die Definition eines authentischen Lebensstils liegt dabei nicht in akademischer Hoheitsgewalt, sondern wird von den einzelnen Subkulturen gemäß ihrem jeweiligen Selbstverständnis ausgehandelt. Generell steht die Handlung – als Aktion des Einzelnen – im Mittelpunkt jeglichen Authentifizierungsprozesses.

Engagement in Form von organisatorischen und publizistischen Aktivitäten verdient in der Szene daher größere Anerkennung und Beachtung als die Einhaltung eines bestimmten Dresscodes.¹⁵⁰ Dieser Diskurs wird auch in den Fanzines immer wieder geführt:

Fuck the mass fashion companies, which make us all look the same!
Fashion will not create your identity, because that is something you
can't buy. Fact is that we all care too much about superficial stuff like
clothes instead of focussing on the passionate and deeper parts of
our culture, which really would diverse us from mainstream
society.¹⁵¹

Wie *Minor Threat* zu Beginn der Straight-Edge-Bewegung fungieren auch heute noch Bands als wichtige Meinungsführer innerhalb der Szene. 2008 proklamierte Toby Morse, Sänger von *H20*, in Bezug auf die Kleidungsfrage:

When it began, for those who don't know
it didn't matter how you looked or what you wore to a show
dress codes, FUCK NO! We didn't care
about the brand of your jeans and all that shit in your hair¹⁵²

¹⁴⁹ Müller et al. S. 142.

¹⁵⁰ Vgl. Müller et al. S. 142.

¹⁵¹ o. A., „The Fashion and Passion File“, *All Roads Lead to Rome Fanzine* Nr. 1, Jänner 2004, S. 33.

¹⁵² *H20* Songtext zu „What Happened?“, Album *Nothing to Prove*, Bridge 9 Records.

6.2 Authentizität und Stil

In den Cultural Studies ist Stil der bestimmende Gradmesser für Authentizität. Subkulturen galten so lange als authentisch, wie ihr Stil vom Markt unentdeckt blieb. Den Medien wurde die Vereinnahmung von Subkulturen vorgeworfen, denn massenmediale Repräsentation sorge für den Verlust von Authentizität sowie der kulturellen Botschaft und führe somit zur Bedeutungslosigkeit der Subkulturen.¹⁵³

Stil ist zwar wichtig für Jugendkulturen, eine Überbetonung wird ihnen aber nicht gerecht. Dabei läuft man Gefahr, die Werte, Einstellungen und Präferenzen der Subkulturen, die über die „im Grunde oberflächliche [...] Ebene der Erscheinungen“¹⁵⁴ hinausgehen, zu vernachlässigen.

Ein andauernder Diskurs über die Bedeutung repräsentativer Symbole und die äußere Erscheinung, über „the Meaning of Style“ in Fanzines, macht diese Problematik für die Jugendkultur Punk und besonders für Hardcore-Punk zum Distinktionsmerkmal:

Die Selbstpräsentation und Authentifizierung findet in und mit den oft selbst geschaffenen und häufig szenespezifischen Medien statt, seien es bedruckte T-Shirts, Flyer, Fanzines oder Homepages. Gleichzeitig werden aber auch die szenespezifischen Authentifizierungskriterien selbst in diesen Medien, vor allem in Fanzines und Szeneforen, verhandelt.¹⁵⁵

Konträr zur Argumentation in der Tradition der Cultural Studies, wonach Authentizität primär durch ein bestimmtes Szene-Outfit generiert wird, stehen die Medien im Mittelpunkt der folgenden Überlegungen.

6.3 Authentizität und Medien

Deren Bedeutung hinsichtlich der Konstruktion von jugendkultureller Authentizität untersucht Sarah Thornton mithilfe eines differenzierten Medienbegriffes. Sie

¹⁵³ Vgl. Hebdige, S. 34ff.

¹⁵⁴ Vgl. Hebdige, S. 22.

¹⁵⁵ Müller et al., S. 145.

unterscheidet zwischen Mikromedien (z.B. Flyer), Nischenmedien (z.B. Fanzines) und Massenmedien.¹⁵⁶

Informationen darüber, wodurch Authentizität zugeschrieben wird, divergieren in Massenmedien und Fanzines stark.

So ist die Vergabe von Anerkennung machtbestimmt, insbesondere per Definitionsmacht darüber, worauf Authentizität basiert, wer sie zuschreibt und wem Authentizität zugeschrieben wird. [...] Die massenmedial vermittelten Definitionen sind dabei häufig inkongruent zu denen der Nischenmedien, die dem Szene-Kern näher stehen.¹⁵⁷

Fanzines werden vor allem durch die spezifische Berichterstattung, Direktheit und auch das Design als authentisch oder als unglaubwürdig eingestuft.

6.4 Authentizität und Fanzines

Das Erscheinungsbild von Fanzines entspricht einer Art grafischer Explosion und stellt für Leser und Herausgeber einen Schritt in Richtung vollendeter Authentizität dar:

The sloppy style seemed to be a badge of authenticity. If a zine wasn't slick in appearance or perfect in terms of presentation, and was not interested in reaching a mass audience, then the content was seen as truthful and therefore something to believe in.¹⁵⁸

Die Missachtung jeglicher Designrichtlinien und -konventionen durch den Cut-and-Paste Look alleine genügt jedoch nicht:

Saying whatever's on your mind, un beholden to corporate sponsors, puritan censors, or professional standards of argument and design, being yourself and expressing your real thoughts and real feelings – these are what zinesters consider authentic.¹⁵⁹

Ebenso soll in Fanzines **Authentizität durch Erfahrung** generiert werden. Etablierte Medien ignorieren in ihrer Berichterstattung ganze Themenkreise und

¹⁵⁶ Thornton, 1995, S. 32.

¹⁵⁷ Müller et al., S. 139f.

¹⁵⁸ Spencer, S. 165.

¹⁵⁹ Interview mit Mandl, David; zitiert nach Duncombe, S. 38.

auch soziale Gruppen. Diese werden in Fanzines aus höchst subjektiven Blickwinkeln – und somit authentisch – dargestellt.¹⁶⁰ So redeten die verschiedenen Blätter laut Hebdige

[...] in wild entschlossener „Arbeiter“ Sprache (das heißt, sie waren locker mit Schimpfwörtern gepfeffert). Tippfehler, grammatische Schnitzer, Rechtschreibungsfehler und durcheinandergebrachte Seitenzahlen ließ man bei der Schlußredaktion so stehen, wie sie gerade kamen. Und wenn Korrekturen oder Streichungen vorgenommen wurden, kamen sie mit ins Heft, und die Leser durften sich ans Enträtseln machen. So entstand der unwiderstehliche Eindruck von Dringlichkeit und Direktheit, von in ungebührlicher Hast zusammengehauenen Blättern von Notizen aus vorderster Front.¹⁶¹

Für Stephen Duncombe sind die Wurzeln des für Fanzines spezifischen Layouts und des unkonventionellen Ausdrucks bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu verorten:

Dadaists responded to the “sense” and “order” that was World War One by creating nonsense. Similarly, the refusal of some zines to make sense or have any order can be considered a reaction against the order and sense of more recent times, in particular the tendency for expression and identity to be packaged as a nice, neat product. But such nonsense is also the – perhaps illogical – conclusion to the ideal of pure expression. By eschewing standards of language and logic, the zine creator refuses to bend individual expression to any socially sanctified order. That this nonsense communicates nothing (except its own expressiveness) to the reader of the zine matters little, for the fact that no one except the creator can understand it means that something absolutely authentic has been created.¹⁶²

Ihren Höhepunkt findet diese pure Lust der Expression in *Punk and Destroy*. Das Fanzine ist der Punkszene in Portland, Oregon, gewidmet:

Hand-lettered, smudged and badly reproduced, it is literally unreadable. [...] What matters is unfettered, authentic expression, not necessarily making sense.¹⁶³

¹⁶⁰ Vgl. Weichler, Kurt, *Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation*, Berlin: Vistas 1987, S. 16.

¹⁶¹ Hebdige, S. 103.

¹⁶² Duncombe, S. 39.

¹⁶³ Duncombe, S. 39.

Natürlich ist das *Punk and Destroy* ein extremes Beispiel, so gibt es in der Welt der Fanzines keine Normen. Dass es unter den Herausgebern durchaus aber etwas wie grafische Konventionen oder literarische Gepflogenheiten gibt, soll im folgenden Kapitel erläutert werden.

7 CHARAKTERISTIKA VON FANZINES

7.1 Themen und Arten

Konventionelle, massenkompatible Themen und Geschmäcker spielen nur eine kleine Rolle für die Autoren von Fanzines, “whose zines span almost every field, from sublime to ridiculous, making a detour through the unfathomable”¹⁶⁴.

So gibt es zu jedem erdenklichen Thema ein Heft. Die Herausgeber bedienen kleinste Nischenmärkte, und man kann guten Gewissens von einer Hyper-Spezialisierung sprechen. Neumann schlägt 1993 folgende Unterteilung vor:¹⁶⁵

- **Aktuelle Fanzines**

Diese erscheinen regelmäßig und informieren vorwiegend über Bands, Neuerscheinungen auf dem Musikmarkt und Konzerttermine, aber auch über aktuelle politische Ereignisse. Sie erscheinen meist im Format A4 und haben ein recht professionelles Layout. Diese Fanzines erreichen mit der Zeit oft beachtliche Auflagen, wobei diese semi-professionellen Hefte vor allem in der Punkszene mit dem Vorwurf des Ausverkaufs kämpfen müssen (Beispiel: *OX-Fanzine*).

- **Fanzines**

Die ursprüngliche Erscheinungsform der Fanzines war DIN A5-Format. Sie berichten meist über Bands und Musik, die den Machern gefällt. Häufig bestehen zwischen Band und Schreiber persönliche Kontakte, so daß die Interviews einen persönlichen Charakter besitzen. Da man im Gegensatz zu den aktuellen Fanzines nicht so sehr unter Zeitdruck steht, sind die Fanzines der Ort, wo durch neue Ideen und Interessen neue Trends gesetzt werden. Inhaltlich nehmen neben Musik und Politik auch Comics, Gedichte und

¹⁶⁴ Duncombe, S. 13.

¹⁶⁵ Vgl. Neumann, *Zeitung zur 12. Mainzer Minipressen-Messe*, 1993, o. S.

Kurzgeschichten einen breiten Raum ein. Was das Layout betrifft, so bewahrte man sich den Charme des alten Punk-Schnipsel Layouts.¹⁶⁶

(Beispiel: *Young & Distorted*)

- **Egozines**

Auch Personal Zines bzw. Perzines oder seit der wahren Explosion von Egozines in den 80er Jahren schlicht Zines genannt. Der Terminus „Zine“ ist daher nicht, wie bereits erwähnt, einfach als Abkürzung für „Fanzine“ zu verstehen.

Egozines sind eine frühe Form von heutigen Blogs im Internet. Sie stammen von und drehen sich um eine einzige Person. Die geschilderten Berichte und Erlebnisse ähneln Tagebucheinträgen und weisen meist einen ausgesprochen guten und flüssigen Schreibstil auf. Die Hefte sind mitunter äußerst aufwendig gestaltet – von Skizzen und Zeichnungen bis zu Fotocollagen ist dabei alles möglich (Beispiel: *Enpunkt* von Klaus N. Frick).

- **Comic Fanzines**

Unbekannte Künstler haben hier die Möglichkeit, sich einem breiteren Publikum zu präsentieren. Sie können experimentieren und an ihrem Stil arbeiten. Viele Zeichner werden dadurch entdeckt und erhalten Anstellungen bei großen Verlagen oder Zeitungen.

- **Artcore Fanzines**

Diese sind oft eine Mischung aus Literatur-, Ego-, oder auch Comic Fanzines. Collagen, Fotos, Grafiken – es ist alles erlaubt. Besonders angestrebt wird die Vernetzung von Künstlern auf internationaler Ebene, sodass Artcore Fanzines meist auf Englisch oder mehrsprachig veröffentlicht werden.

¹⁶⁶ Neumann, *Zeitung zur 12. Mainzer Minipressen-Messe*, 1993, o. S.

- **Literatur Fanzines**

Die Berichterstattung als ursprüngliche Funktion vieler Fanzines ist hier nicht oder nur von geringer Bedeutung, denn im Gegensatz zu „klassischen“ Fanzines, die sich um bestimmte Sachgebiete drehen, handelt es sich bei Literatur Fanzines um Primärmedien. Sie bilden eine Plattform für Autoren und am Beispiel von *Social Beat* sogar für eine ganze Szene.

John Fiskes Argument, Fanzines seien „cultural producers, not cultural consumers“¹⁶⁷, trifft somit auf Literatur Fanzines in besonderer Weise zu.

Neumann führt des Weiteren **Video Fanzines** und **Electronic Zines** an.¹⁶⁸ Diese Unterteilung lässt Video Fanzines einen scheinbar hohen Stellenwert zukommen. Aufgrund des hohen Arbeitsaufwandes waren sie aber nur wenig verbreitet und werden in dieser Zusammenstellung somit überbewertet. Generell ist anzumerken, dass Neumann erst eine Unterteilung anhand des behandelten Themenkreises macht, um zuletzt doch auch noch nach der Publikationsform zu unterscheiden.

Folgende Kategorisierung halte ich für zielführender:

- **Offline Fanzines**

Inhalte werden auf Videokassette, Diskette oder CD-ROM weitergegeben, heute hat diese Form keine Bedeutung mehr.

- **Online Fanzines oder E-Zines**

Mit der fortschreitenden Technik begannen viele Herausgeber neben der Printversion ihres Fanzines eine Online-Version mit denselben Inhalten zur Verfügung zu stellen. Reizvoll dabei ist mit Sicherheit die größere Aktualität. Aufgrund der Einfachheit und des geringeren

¹⁶⁷ Fiske, John, *Understanding Popular Culture*, London: Routledge 1991, S. 151.

¹⁶⁸ Vgl. Neumann, *Zeitung zur 12. Mainzer Minipressen-Messe*, 1993, o. S.

Kostenaufwandes existieren mittlerweile aber auch viele E-Zines, die niemals auf Papier erschienen sind.

Oftmals stellen die Herausgeber beim Abonnement der Printversion ein Passwort zur Verfügung, womit die Leser zusätzlich im Internet noch aktuellere Informationen rund ums Heft erhalten können (z.B. Konzerttermine, aktuelle Veröffentlichungen).

Doch nicht nur haptisch veranlagte Menschen schätzen den Lesekomfort der Printversion – eine gewisse Nostalgie lässt diese auch in Zukunft trotz aller technischen Raffinessen wohl nie aussterben. Viele Hefte haben unter den Lesern einen Sammlerstatus erreicht (ähnlich dem von Vinylalben) und werden so für die Ewigkeit bewahrt.

Eine Klassifizierung von Zines bringt systemimmanent Defizite mit sich. Chris Atton geht so weit zu behaupten: “Attempts to define zines in terms of their content are no more useful.”¹⁶⁹

Zur schier unüberschaubaren Themenvielfalt kommt erschwerend hinzu, dass nur ein Bruchteil der Herausgeber die Hefte archivieren lässt, um sie so für eine breite Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es ist also beinahe utopisch, ein so ideosynkratisches, individuelles Medium wie das Fanzine schematisch zu erfassen.

Für Stephen Duncombe ist es einfacher, herauszufinden, was alle vereint: “[...] the personal is a central ethic of all zines.”¹⁷⁰ Dennoch unternimmt er den Versuch einer inhaltlichen Beschreibung:

¹⁶⁹ Atton, 2002, S. 58.

¹⁷⁰ Duncombe, S. 26.

A typical zine (although “typical” is a problematic term in this context) might start with a highly personalized editorial, then move into a couple of opinionated essays or rants criticizing, describing, or extolling something or other, and then conclude with reviews of other zines, bands, books, and so forth. Spread throughout this would be poems, a story, reprints from the mass press (some for informational value, others as ironic commentary), and a few hand-drawn illustrations or comix. The editor would produce the content him or herself, solicit it from personal friends or zine acquaintances, or, less commonly, gather it through an open call for submissions. Material is also “borrowed”: pirated from other zines and the mainstream press, sometimes without credit, often without permission.¹⁷¹

Am Ende einer Kategorisierung von Fanzines noch ein kleines Kuriosum: *ZineZines*. Diese enthalten und thematisieren ausschließlich Reviews über andere Fanzines. Sie bilden eine Art von Kontaktdatenbank und vernetzen potenzielle Leser und Herausgeber. Generell kann man aber auch in Fanzines sprachliche Tendenzen und grafische Konventionen ausmachen. Diese sollen im Anschluss beleuchtet werden.

7.2 Personalisierte Berichterstattung

Die Aufbereitung und Diskussion von Themen aus höchst subjektiven Blickwinkeln ist eine gängige Vorgehensweise unter den Verfassern. Es findet eine personalisierte Form der Berichterstattung und Narration statt. Historisch gesehen ist dies jedoch nichts Neues. Schon für George Orwell war ein Pamphlet primär

[...] a one-man show. [Where] one has complete freedom of expression, including, if one chooses, the freedom to be scurrilous, abusive, and seditious; or, on the other hand, to be more detailed, serious and “highbrow” than is ever possible in a newspaper or in most kind of periodicals.¹⁷²

Die Lektüre und Analyse von Pamphleten eröffnet dem Leser nicht nur Erkenntnisse über die oft fehlerhafte Schreibweise, den amateurhaften Ausdruck und die nicht nachvollziehbare Argumentation vieler anerkannter Autoren,

¹⁷¹ Duncombe, S. 14.

¹⁷² Orwell, George, S. 15; zitiert nach Duncombe, S. 32.

sondern lässt auch einen Vergleich mit Fanzines zu, die diesem durchaus standhalten. Die genannte Hochkultur konvergiert mit der des Untergrunds.

7.3 Die Personalisierung des Politischen

Der Informationsgrad in Fanzines ist hoch. Unterschiedlichste Themen werden diskutiert. Harte Fakten und Statistiken finden sich trotzdem nur sehr sporadisch. Vielmehr werden die Informationen beinahe beiläufig in Interviews oder persönlichen Texten verbreitet. Durch die Einführung eines Themas als Diskussion zwischen zwei oder mehreren Personen erscheinen Themen wie beispielsweise Straight Edge, Veganismus, der Irakkrieg etc. in einem milderen Licht.

Eine Personalisierung von politischen Themen findet vor allem in Kolumnen statt:

- Joachim Hiller berichtet unter dem Titel *Bombenwetter* in lockerem Ton von seiner musikalischen Sozialisation Anfang und Mitte der Achtziger und leitet über zu seinem Besuch eines Atomwaffenbunkers und den einhergehenden Ängsten (OX # 86, 2009, S. 17).
- Patrick Splat schlägt in *Loring Punk* einen Haken von seinem Coming-out zu einer Liste von Jungs und Mädels, die er sexuell anziehend findet (*Loring Punk* # 1, 1993, ohne Seitenangabe).

Diese Geschichten sind Ausdruck der Persönlichkeit der Autoren und spiegeln gleichzeitig deren Meinungen und Erfahrungen wider.

In this way, making politics personal is a way of giving away authority, saying to your reader that, unlike the claims that politicians and professional journalists make, this isn't "the truth", it's just what I think.¹⁷³

Gleichzeitig ist die Betonung der eigenen Persönlichkeit Ausdruck von Macht und Autorität. Für die Herausgeber ist es die Betonung des Rechts auf freie Meinungsäußerung.

¹⁷³ Duncombe, S. 36.

7.4 Sprache und Schreibstil

Unter dem Titel „Ein Arschloch ist ein Arschloch“ diskutiert Volker Präkelt im Buch *Gegendruck* die **Sprache** und ihre Ausformungen im Bereich alternativer Medien, dabei waren gesprochene und geschriebene Texte ident. „[P]raktizierter Anti-Perfektionismus“ sorgt für „die ungefilterte Übertragung des täglich Erfahrenen.“¹⁷⁴

Der **Schreibstil** der Autoren von Fanzines bewegt sich oft auf einem wenig professionellen Level, dies soll dennoch nicht überbewertet werden: “The excitement and enthusiasm of zines don’t compensate for lack of professionalism, they are the replacement for it.”¹⁷⁵

Ironie ist in den Massenmedien meist nur unfreiwillig bzw. werden ironische Texte besonders gekennzeichnet (z.B. Glossen), da das Verständnis von Ironie von einem gleichen Wissensstand unter den Adressaten abhängt. In Fanzines findet Ironie hingegen breite Verwendung. Der eingeschränkte Leserkreis weiß um den Kontext der getätigten Aussagen durch eine ähnliche Sozialisation und somit äquivalenten Wissenserwerb. Für Außenstehende mögen ironische Aussagen oft keinen Sinn ergeben, doch genau darin liegt ihr wahrer Wert. Diese spezielle Form von Humor verstärkt das Gemeinschaftsgefühl, da der Leser aktiv (durch sein spezifisches, angelesenes Wissen) zum Verständnis beiträgt. Ironie stellt ein Kriterium der Inklusion bzw. Exklusion dar.¹⁷⁶

Fanzines sind oft ebenso von hoher **Intertextualität** gekennzeichnet – was für den ungeübten Leser durchaus zur Herausforderung werden kann.

Auch **Originalität** wird hoch geschätzt. Folge davon sind die immense Bandbreite der abgedeckten Themen von Fanzines und die idiosynkratischen Formen, die sie zuweilen annehmen. Der Einstellung entsprechend, dass jedes Individuum

¹⁷⁴ Präkelt, Volker, „Ein Arschloch ist ein Arschloch“, *Gegendruck. Lust und Frust der alternativen Presse*, Hg. Kurt Weichler, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1983, S. 100-111, hier S. 104.

¹⁷⁵ Duncombe, S. 38.

¹⁷⁶ Vgl. Duncombe, S. 153ff.

einzigartig ist, bedeutet auch, dass jede individuelle Kreation genauso einzigartig ist.¹⁷⁷

7.5 Layout

Die Gestaltung der Fanzines hat sich im Laufe der Jahrzehnte beispielsweise durch die Verfügbarkeit von PCs und Grafikprogrammen natürlich verändert. Trotz alledem finden sich immer noch Gemeinsamkeiten zwischen früher und heute. Zum Vergleich die Covergestaltung aus den späten 1970 Jahren und die Aufmachung 33 Jahre später:

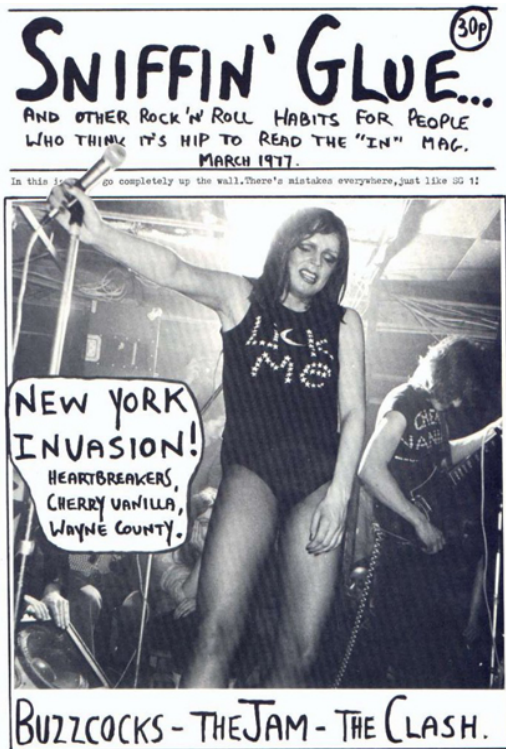


Abbildung 3: *Sniffin' Glue* 1977

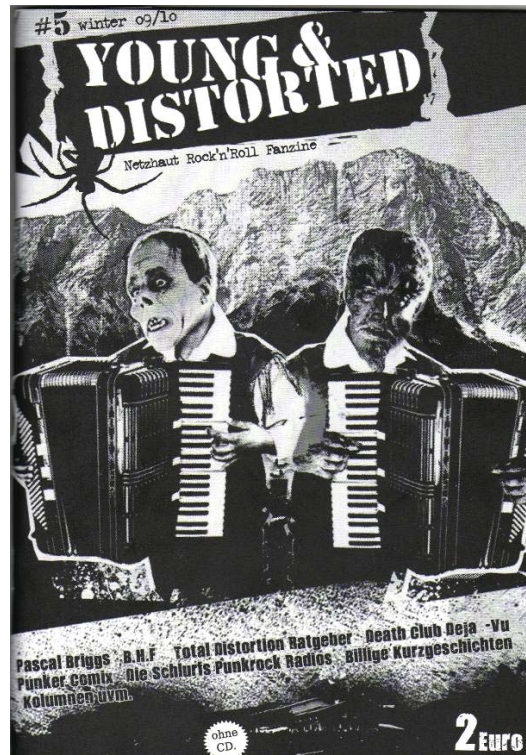


Abbildung 4: *Young & Distorted* 2010

Teal Triggs sieht in der Gestaltung von Punk Fanzines viel mehr als eine rein ästhetische Präferenz und definiert den Bricolage-Stil als „visuelle Sprache“ der Subkultur.¹⁷⁸

¹⁷⁷ Vgl. Duncombe, S. 155.

A punkzine laid out neat and tidy is like a punkshow with reserved seating. Complaining about not being able to read them is like asking the band to stop playing so you can hear what lyrics the vocalist is singing [...].¹⁷⁹

Die Grafiken und Typografien können demnach als homolog zum „unterirdischen und anarchischen Punk-Stil“¹⁸⁰ erachtet werden.



Abbildung 5: Cordoba 78 vs. Dresden '45 # 4+ Choke Fanzine # 6 Split-Ausgabe, 2010

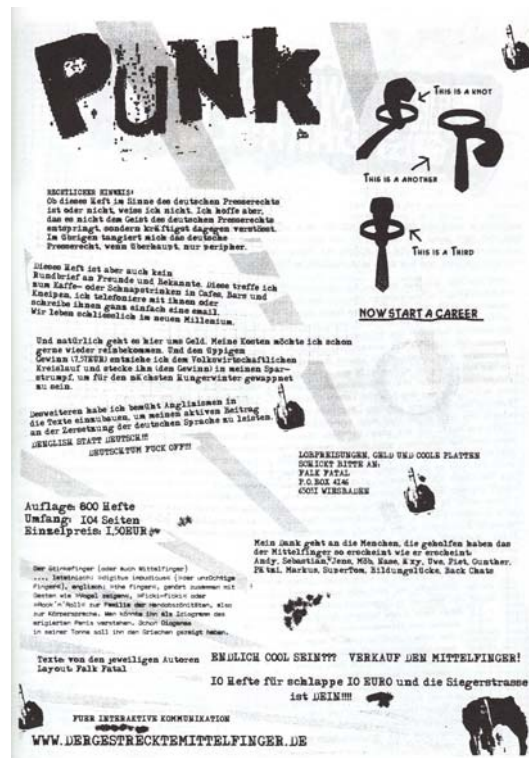


Abbildung 6: Der gestreckte Mittelfinger, 2005

7.6 Détournement

Die subversive Technik des Détournement ist die bewusste Zweckentfremdung gegebener kultureller Formen. Vorhandene Elemente einer Kultur werden dabei benutzt und in einen anderen Kontext gestellt. So werden die originären

¹⁷⁸ Vgl. Triggs, Teal, „Alphabet Soup: Reading British Fanzines“, *Visible Language* 29/1, 1995, S. 72-87.

¹⁷⁹ *Factsheet Five* # 20, 1986, o. S.

¹⁸⁰ Hebdige, S. 103.

Bedeutungen ad absurdum geführt. Ausgangspunkt dieser Technik ist wie bei der *Situationistischen Internationalen* die Ansicht, dass alle kulturellen Güter Gemeingüter sind und damit zur uneingeschränkten Verwendung zur Verfügung stehen.¹⁸¹

Détournement ist gegen das kapitalistische Verständnis von Eigentum gerichtet und macht so ein „Plagiat notwendig“¹⁸². Das klassische Urheberrecht wird aufgehoben, Grenzen zwischen Produzent und Konsument verschwimmen und Ideen können von jedem benutzt werden. Die *Situationistische Internationale* bediente sich beispielsweise an den Bildern alter Meister und setzte sie mit Comicstrips und Überschriften in neue Kontexte.¹⁸³

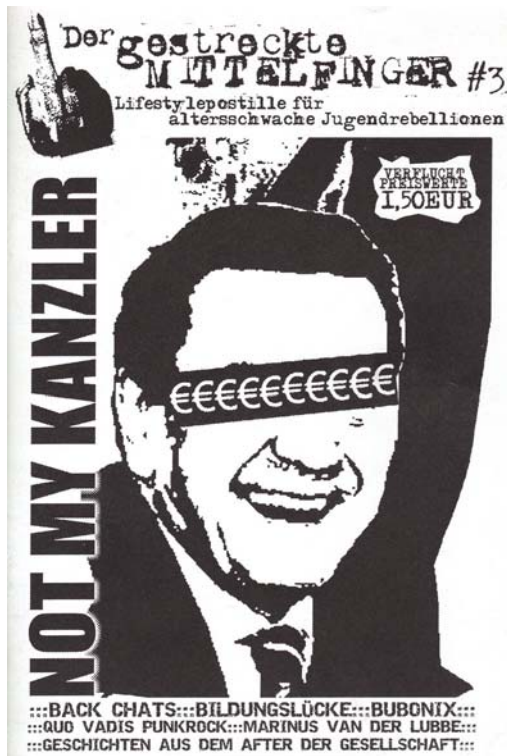
Guy Debord unterscheidet des Weiteren zwei Pole des Détournement. Der erste Pol steht für eine geringfügige Zweckentfremdung, unbedeutende Elemente eines Gesamtkunstwerkes werden herausgepickt und in einem neuen Zusammenhang collagiert (z.B. Fotoschnipsel aus Zeitungen für Collagen). Der zweite Pol führt die Zweckentfremdung missbräuchlich durch und arbeitet absichtlich mit bedeutsamen Elementen. Generell wird Zweckentfremdung meist als Mittel „gegen“ etwas benutzt und stellt so nach Ansicht Debords ein wichtiges Politikum dar.¹⁸⁴

¹⁸¹ Vgl. Debord, Guy, „Rapport über die Konstruktion von Situationen und die Organisations- und Aktionsbedingungen der internationalen situationistischen Tendenz“, *Der Beginn einer Epoche. Texte der Situationisten*, Hg. Pierre Gallissaires/Roberto Orth, Hamburg: Edition Nautilus, S. 28-44.

¹⁸² Debord, S. 41.

¹⁸³ Vgl. Seifert, Anja, *Körper, Maschine, Tod. Zur symbolischen Artikulation in Kunst und Jugendkultur des 20. Jahrhunderts*, Wiesbaden: VS Verlag 2004, S. 200ff.

¹⁸⁴ Vgl. Debord, S. 32ff.



Beispiel Détournement

Heute findet im Kontext von Fanzines der Ausdruck Guerilla-Zweckentfremdung bzw. Guerilla-Détournement weite Verbreitung.

Abbildung 7: *Der gestreckte Mittelfinger*, 2005

7.7 Preisgestaltung

Fanzines kosten durchschnittlich 1–3 Euro und werden somit zum Selbstkostenpreis verkauft. Die Erwirtschaftung von finanziellem Gewinn ist beinahe verpönt unter den Machern, lediglich Fanzines und Platten, die für Reviews eingehen, werden gern akzeptiert und können als materieller Gewinn zur Belohnung verbucht werden.

To say that zines are not-for-profit is an understatement. Most lose money.¹⁸⁵

Diese Tatsache ist nicht intendiert, es wird kontinuierlich von Ausgabe zu Ausgabe versucht, den Break-Even Point zu erreichen. Gesetzt den Fall, es werden schwarze Zahlen geschrieben, bedeutet dies lediglich, mehr Ressourcen für die nächste Ausgabe zur Verfügung zu haben.

Traditionell gibt es in der Welt der Fanzines regen Tauschhandel. Herausgeber schicken ihre Hefte an andere und erhalten im Gegenzug die neuesten Ausgaben

¹⁸⁵ Duncombe, S. 16.

ihrer Mitstreiter. Um weitere Verbreitung ihrer Fanzines zu erreichen, ist es durchaus auch üblich, die Leser lediglich um ein ausreichend frankiertes Kuvert zu bitten, um zumindest keine extra Kosten für den Versand entstehen zu lassen: "[...] zine exchange can be considered a kind of gift relationship, where altruism plays no little part."¹⁸⁶

Nicht nur die tatsächliche Kosten-Nutzen-Rechnung für den einzelnen Herausgeber im Rahmen der Preisgestaltung bleibt oft unausgeglichen, altruistische Verhaltensweisen lassen sich auch anhand der persönlichen Motive, ein Fanzine zu machen, ablesen. Selbstlosigkeit und Uneigennützigkeit stehen über egoistischen Prinzipien.

7.8 Motivation, ein Fanzine zu machen

Eric Rudnick vom Fanzine *Aftershock* antwortet sich selbst auf die Frage nach dem Motiv für die Arbeit an seinem Heft euphorisch: "To change the world. It may not work but it sure is fun trying."¹⁸⁷

Die Arbeit an einem Fanzine erfüllt private und soziale Funktionen für die Herausgeber, so wird das „Zeitungsmachen als Mittel sozialer Integration, um Kontakt zu Gleichgesinnten zu finden“¹⁸⁸ gesehen.

Bezogen auf alternative Medien, speziell alternative Zeitungen, nennt Petra Dorsch 1981 folgende Punkte als Ergebnisse einer empirischen Untersuchung: Durch alternative Zeitungen soll ein bestimmtes politisches Bewusstsein publizistisch dokumentiert und als Idee verbreitet werden, wodurch die Identität der dahinter stehenden Gruppe gestärkt wird. Weiters dient die Zeitung als Medium der Öffentlichkeitsarbeit und fungiert somit als Sprachrohr nach außen, wodurch eine ungehinderte Selbstdarstellung möglich wird. Zudem wird der

¹⁸⁶ Atton, 2002, S. 59.

¹⁸⁷ Rudnick, Eric, „Why publish?“, *Factsheet Five* # 39, 1990, Rensselaer, NY, S. 100.

¹⁸⁸ Dorsch, Petra E., „Die Alternativzeitungen. Ihr Markt und ihre Macher“, *Media Perspektiven* 10, 1982, S. 660-667, hier S. 666.

örtliche alternative Kommunikationsmarkt für alle potenziell Beteiligten transparent gemacht.¹⁸⁹

Diese speziellen Motivationsaspekte sind zum großen Teil auf die meisten Fanzines und die dahinter stehenden Herausgeber anwendbar:

The American music zine MAXIMUMROCKNROLL is less interested in providing a vicarious social world centred on performers for its readers. One of its aims (pace Duncombe) is instrumental: to help create the conditions where marginal musics (in its case, hardcore punk) may flourish.¹⁹⁰

Chris Atton konstatiert als Gründe für die Entstehung alternativer Medien drei Prämissen:¹⁹¹

- Die Validation einer marginalisierten kulturellen Ausformung
- Die Formierung einer Gemeinschaft
- Das Publizieren als politische Aktion

Im Falle von Punk bedeutet dies, den Falschdarstellungen der Subkultur durch die Massenmedien etwas entgegenzusetzen und wenn möglich eine Neubewertung durchzuführen. Es sollen auf alternativem Wege Gleichgesinnte gefunden und dazu motiviert werden, gemeinsam den Produktionsprozess von Kunst und Medien zu demokratisieren.

7.9 Distribution und Zirkulation

Die alternative Presse wird oft als Gegenspieler des Mainstreams gesehen, in Wahrheit ist sie weit davon entfernt. So führt die Ablehnung jeglicher ökonomischen Bestrebungen auch zur Entwicklung innovativer Distributionswege.

Der Erstkontakt mit einem speziellen Fanzine findet meist über ein persönliches Gespräch mit dem Herausgeber oder anderen Lesern statt. So werden die

¹⁸⁹ Vgl. Dorsch, S. 660f.

¹⁹⁰ Atton, 2002, S. 65.

¹⁹¹ Vgl. Atton, 2002, S. 56.

Fanzines auf Konzerten und anderen sceneinternen Veranstaltungen verkauft bzw. verteilt. Kontaktadressen in den Fanzines ermöglichen in der Folge, bestimmte Hefte per Post direkt beim Herausgeber zu bestellen oder sogar ein Abonnement zu ordern. Wer keine postalische Bestellung aufgeben möchte, kann einzelne Hefte auch in wenigen kleinen, sceneinternen Musik- und Buchgeschäften erstehen.

Viele Herausgeber drucken zu den in ihren Heften rezensierten Fanzines auch Kontakt- und Bestellmöglichkeiten und sorgen so für weitere sceneinterne Vernetzung und Kommunikationsmöglichkeiten.

Duncombe schätzt die durchschnittliche Auflagenstärke der in den 1990ern erschienenen Fanzines auf 200 bis 250 Stück.¹⁹² Diese niedrigen Auflagenzahlen sind von den Herausgebern durchaus intendiert, da sie nur so die Zirkulation ihrer Hefte überschauen sowie den persönlichen Kontakt zu den Lesern aufrechterhalten können.

Die Bekanntmachung durch Mundpropaganda und die sceneinterne Zusammenarbeit bei der Bewerbung und Distribution von Fanzines erschweren es außenstehenden Personen, einen Einblick in diese scheinbar abgeschottete Welt zu erlangen. Ein Gros der Bevölkerung weiß demnach nicht einmal um die Existenz dieser einmaligen Kommunikationsform. Diese Unzugänglichkeit für scenefremde Personen macht Fanzines zu einem elitären Medium. Einerseits im Sinne des Zugangs zu den Heften, andererseits fordert die Lektüre einen hohen Grad an Insiderwissen, somit tiefe Integration in die jeweilige Szene.

Klaus Farin zufolge erscheinen heute noch jährlich ca. 5.000 Fanzines in Deutschland. Die Auflagenhöhe reicht dabei von ungefähr 20 Stück bis zu mehreren Tausend.¹⁹³ Die auflagenstärksten Hefte weisen ein bereits über

¹⁹² Vgl. Duncombe, S. 15.

¹⁹³ Farin, Klaus, im Gespräch mit Susanne Lindlbauer im Archiv der Jugendkulturen Berlin, August 2010.

Jahrzehnte regelmäßiges Erscheinen auf. Fakt ist aber, dass der Lebenszyklus von Fanzines oftmals nicht einmal eine zweite Ausgabe überdauert.

7.10 Diversität und Dezentralisation

Der hohe Grad der Spezialisierung von Fanzines lässt sie nicht nur zu Nischenmedien werden, die Bezugnahme auf lokale Kulturen und Geschehnisse ist auch ein erfolgreicher Weg, globalen Vermarktungszwängen zu entgehen. Die schier unüberschaubare Themenvielfalt garantiert die Verbreitung unterschiedlichster Informationen und Meinungen und trägt so zum Überleben und Fortbestand der alternativen Presse bei.

Das **Oxford Institute of Social Disengineering** erachtet diese Pluralität der Themen als demokratische Stärke:

[...] one hundred publications with a circulation of one thousand are one hundred times better than one publication with a circulation of one hundred thousand.¹⁹⁴

Ein Fanzine herauszugeben bedeutet, der vorherrschenden, oligopolen Medienlandschaft etwas entgegenzusetzen, und dies erklärt die explosionsartige Entstehung von Fanzines im Zuge der Punkbewegung.

Die erwähnten ungewöhnlichen Distributionswege sorgen auf ihre ganz spezifische Art für eine weite Verbreitung von Fanzines im Untergrund, welche meist aber nur von den Herausgebern selbst nachvollzogen werden kann und somit nicht näher zu bestimmen ist. Dieses Charakteristikum ist gleichzeitig die Stärke dieser alternativen Medien und stellt ein unglaubliches politisches Potenzial dar:

¹⁹⁴ Atton, Chris, *Alternative Literature: a Practical Guide for Librarians*, Aldershot: Gower 1996, S. 133.

[...] [d]ecentralization not only gives people a voice.... It may prove a key strategy for the survival of dissent, or even just plain old independent thinking in a society that seems to be getting more and more authoritarian every year.¹⁹⁵

7.11 „Distributiver Gebrauch“ und Anti-Copyright

Viele Artikel in Fanzines finden Verbreitung durch das Prinzip des Anti-Copyright. Dabei wird der Leser dazu eingeladen, die abgedruckten Seiten in Form von Kopien weiterer Verwendung zuzuführen. Natürlich gilt dies nur für nicht kommerzielle Zwecke. Die ursprünglichen Herausgeber wollen lediglich darüber informiert werden, in welcher Form und Stückzahl ihre Texte (manchmal ganze Hefte) multipliziert werden, um den Überblick über die Zirkulation zu bewahren.

Was unter Fanzine-Herausgebern gewissermaßen als Ehrenkodex gehandelt wird, findet heute Anwendung und Fortsetzung im Rahmen von *Creative-Commons-Lizenzen*.¹⁹⁶ Jedes kreative Werk ist automatisch urheberrechtlich geschützt. Durch *Creative Commons* werden anderen auf einfachste Weise Rechte eingeräumt, ein Werk zu benützen, zu bearbeiten, zu kopieren etc., solange die vom Urheber festgesetzten Bedingungen eingehalten werden. Koordiniert werden diese Aktivitäten von einer Non-Profit-Organisation in Stanford, Kalifornien. Inhalte werden auf diese Weise weltweit verbreitet.

7.12 Selbstverständnis und rechtliche Absicherung

Üblicherweise bezeichnen die Herausgeber ihr Werk im Vorwort als „Rundbrief an Freunde“. Diese Bezeichnung ist zwar insofern inkorrekt, als es sich um Publikationen handelt, die öffentlich zugänglich gemacht werden, dennoch dient sie der rechtlichen Absicherung; insbesondere bei politischen Fanzines, um einem Verbot durch die Verfassung zu entgehen.

¹⁹⁵ *Bypass*; zitiert nach Atton, 1996, S. 101.

¹⁹⁶ <http://www.creativecommons.at/about/creativecommons-at-folder.pdf> [12.04.2011].

Beispiele

- Das Oi!The Print versteht sich nicht als Veröffentlichung im Sinne des Pressegesetzes, es ist ein Rundschreiben an Leute, die Geschmack für gute Musik besitzen. Mit dem Oi!The Print wird Gewinn weder erzielt noch gemacht! Das Fanzine versteht sich als antirassistisch, politisch verwirrte Bands haben hier nichts verloren und werden auch nicht weiter beachtet! Der Inhalt wird ausnahmslos vom Herausgeber selbst bestimmt, niemand kann sich aufzwingen, es gibt kein fixes Konzept oder ähnliche Späße ...¹⁹⁷
- Dies ist keine Veröffentlichung im Sinne des Pressegesetzes, sondern lediglich ein Rundbrief an Freunde und Bekannte. Die Einnahmen von €1,- pro Heft sind eine freiwillige Spende und decken nicht einmal die Kopierkosten. Deswegen fährt eure geldgierigen Fühler wieder ein!¹⁹⁸
- If you still did not get it. This is not a real magazine. Its just a little letter for some "friends" [...]¹⁹⁹

7.13 Homologie Fanzines und Anarchismus

Anarchismus ist in der Fanzinekultur prävalent, weil beide Bewegungen simultane Werte und Lebensphilosophien vertreten: ehrenamtlicher Einsatz auf Basis nicht hierarchischer Strukturen, omnidirektionale Kommunikation und Selbstverwirklichung unter anderem durch Erlangung des Status des Prosumers.²⁰⁰

On the most basic level anarchism is the philosophy of individual dissent within the context of volunteer communities, and zines are the product of individual dissenters who have set up volunteer networks of communication with one another. But the connections run even deeper: the underground ideal of authenticity is part of the tradition of anarchism as well.²⁰¹

So fördern die meisten Herausgeber mit ihren Aufrufen zur aktiven Beteiligung nicht das komplette Chaos, aber sie teilen die Maxime, dass der Akt des

¹⁹⁷ <http://www.oitheprint.at/> [05.01.2011].

¹⁹⁸ *Rough Papers* # 1, 2005, o. S.

¹⁹⁹ *Choke* # 9.

²⁰⁰ Vgl. Duncombe, S. 188.

²⁰¹ Duncombe, S. 40.

Erschaffens wichtiger ist als das Ergebnis. So schreibt Joseph Gervasi in *NO LONGER A FANzine*:

[...] let me encourage all of you, whether you like this 'zine or not, to do your own. Doing a 'zine, putting on a show, playing in a band, and just saying what you think is a radical act in itself these days.²⁰²

Innerhalb eines solchen sich selbst aufrechterhaltenden Systems lautet die Botschaft „Do it yourself“.

²⁰² Gervasi, Joseph, „Introduction“, *NO LONGER A FANzine* # 3, 1993, New York, o. S.

8 „DO IT YOURSELF“ ALS LEBENSPHILOSOPHIE

„Do it yourself“, kurz DIY, ist eine Parole der amerikanischen Konsumenten, deren Übersetzung ins Deutsche Schwierigkeiten macht. Ursprünglich bezog sie sich auf handwerkliche Arbeiten in Haus oder Wohnung, die man, anstatt sie von Experten verrichten zu lassen, selbst machte (z.B. aus Kostengründen, Spaß an der Sache, zur Stärkung des familiären Zusammengehörigkeitsgefühls oder des Selbstbewusstseins, Vermeidung von Arbeitsteilung). Die Tätigkeit selbst ist dabei befriedigend, wie beim Sport etc., aber auch der Zweck, für den die Tätigkeit eingesetzt wird.²⁰³

8.1 DIY als Gegenpol zur Massenkultur

Der Besitz von Ressourcen und finanziellen Mitteln ist der schnellste und einfachste Weg zu Autorität – durch DIY aber ist es jedem Einzelnen möglich, diese Autorität zu unterwandern, um mit seinen persönlichen Mitteln und Fähigkeiten außergewöhnliche Dinge zu schaffen.²⁰⁴

DIY ist mehr als nur eine Strategie, um mit limitierten Mitteln arbeiten zu können. Das Erfordernis der Beteiligung des Einzelnen schafft eine Reihe wichtiger Vorteile gegenüber professionellen und kommerziellen Unternehmen, die starre Beziehung zwischen Konsument und Produzent wird aufgehoben.²⁰⁵

²⁰³ Vgl. Zschocke, Jochen, „Die distributionswirtschaftliche Bedeutung des amerikanischen ‚Do it yourself‘-Prinzips und seine Anwendungsmöglichkeiten in der Bundesrepublik Deutschland“, Diss. Universität zu Köln, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät 1958, S. 9ff.

²⁰⁴ Vgl. Curious George Brigade, *DIY. Von Anarchie und Dinosauriern*, Münster: Unrast 2006, S. 172.

²⁰⁵ Vgl. Curious George Brigade, S. 144.

Es ermöglicht den Individuen außerdem, ihre Projekte an ihre Bedürfnisse und Fähigkeiten anzupassen, weil es bei DIY um das Teilen und den Austausch von Fähigkeiten und nicht um deren Abkapseln und Anhäufen geht, wie es bei den meisten ExpertInnen und Fachleuten der Fall ist. Gemeinsame Arbeit, die nicht die Prinzipien kapitalistischer Verwertungslogik zur Grundlage hat, schafft feste und wertvolle Beziehungen der Beteiligten untereinander.²⁰⁶

8.2 DIY und Punk

Punk ist seit seiner Entstehung tief durch das „Do It Yourself“-Ethos geprägt. Die Ablehnung bestimmter Konsumgüter und -praktiken führt zur Notwendigkeit, selbst unternehmerisch aktiv zu werden, um die eigenen Bedürfnisse zu stillen – „aus der Szene für die Szene“. Besonders betroffen ist davon der Freizeit- und somit Kulturbereich:

DIY bedeutet strukturelle Verweigerung gegenüber der Kulturindustrie, indem versucht wird, die eigene Kulturgüterproduktion (Tonträger, Fanzines) und Eventorganisation (Konzerte) so unabhängig wie möglich selbst zu gestalten. DIY wird als normatives Fundament der Szeneaktivitäten verstanden.²⁰⁷

Folgende Aussage geht noch weiter, indem DIY nicht nur als Absage gegenüber der Kulturindustrie verstanden wird, sondern als allumfassender Lebensstil:

DIY Culture is about people formulating their own lifestyles, creating their own systems, setting their own agendas, raising their own issues, using their own vocabulary and finding their own ways to deal with their problems rather than waiting for someone else to do it.²⁰⁸

Das Streben nach weitestgehender Selbstversorgung und Unabhängigkeit ist ein zentraler Aspekt innerhalb der Punk-Gemeinde. Vollständige Autarkie ist nicht zu erreichen, geht aber in Form von veganen Essensständen und Restaurants, Mode- und Merchandisegeschäften etc. weit über die Kulturproduktion im klassischen Sinne hinaus.

²⁰⁶ Curious George Brigade, S. 144.

²⁰⁷ Müller et al., S. 143.

²⁰⁸ Brass, Elaine/Sophie Poklewski Koziell, S. 125; zitiert nach Calmbach, Marc, *More than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*, Bielefeld: transcript 2007, S. 96.

Der Aneignungsprozess der erforderlichen wirtschaftlichen, organisatorischen oder auch journalistischen Fähigkeiten ist dabei geprägt von autodidaktischem und kooperativem Lernen.

DIY kann grundsätzlich als Versuch gedeutet werden, den grundlegenden Widerspruch der Kunst von Autonomie vs Warenförmigkeit [...] bzw. von Punk/Hardcore und Kapitalismus [...] zu relativieren. Dieser Widerstand setzt aber ein Wissen über die Mechanismen der Kulturindustrie voraus, das von den Jugendlichen erworben werden muss.²⁰⁹

Marc Calmbach betitelt Fanzines infolgedessen als „inoffizielle Bildungsinstitutionen“²¹⁰. Sie fordern und fördern subkulturelles Kapital. Dieses ist Teil der Produktivkraft von Fans und dient der Lukrierung von Wissen und der Profilierung innerhalb einer Szene.

8.3 Produktivkraft von Fans und subkulturelles Kapital

Fans (und Subkulturen) sind nicht nur am semiotischen Produktionsprozess beteiligt, sie schaffen sich auch ganz eigene Produktions- und Distributionswege außerhalb der Kulturindustrie. John Fiske spricht von „populärem kulturellen Kapital“ und bezeichnet dieses Feld kultureller Produktion als „kulturelle Schattenökonomie“²¹¹.

Die Produkte der Populärkultur sind demnach als „Ergebnisse eines Produktionsprozesses und nicht eines Rezeptionsprozesses“²¹² zu sehen. John Fiske unterteilt sie in drei Kategorien:²¹³

- **Semiotische Produktivität**

²⁰⁹ Müller et al., S. 143.

²¹⁰ Vgl. Calmbach, S. 145.

²¹¹ Fiske, John, „Die kulturelle Ökonomie des Fantums“, *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*, Hg. SPoKK, Mannheim: Bollmann 1997, S. 54-69, hier S. 54.

²¹² Fiske, 1997, S. 60.

²¹³ Vgl. Fiske, 1997, S. 60.

Findet im Inneren statt, erzeugte Bedeutungen treten in Wechselwirkung mit anderen Bedeutungskontexten und/oder der oralen Kultur und werden somit öffentlich.

- **Enunziative Produktivität/Ausdrucksproduktivität**

Setzt die Anwendung eines semiotischen Systems voraus, bestehend aus Formulierungen, Behauptungen und Ausdrücken. Diese Enunziation ist je für ein bestimmtes gesellschaftliches Umfeld spezifisch, ist Teil der gesprochenen Sprache und dient somit der Konstruktion einer sozialen Identität.

- **Textuelle Produktivität**

Die hergestellten Texte sind qualitativ ähnlich hochwertig wie die Texte der anerkannten Kultur. Sie werden ähnlich professionell und mithilfe der zur Verfügung stehenden technischen Mittel produziert, der Unterschied ist also mehr ökonomischer Natur und in Bezug auf die Verbreitung der Texte auszumachen.

Sarah Thornton spricht angelehnt an Pierre Bourdieus „kulturelles Kapital“ von „subkulturellem Kapital“. Der Unterschied zum kulturellen Kapital von Bourdieu liegt darin, dass subkulturelles Kapital **nicht** notwendigerweise schichtspezifisch verteilt ist und eine Aneignung vor allem über die Medien stattfindet:

For within the economy of subcultural capital the media is not simply another symbolic good or marker of distinction [...], but a network crucial to the definition and distribution of cultural knowledge. In other words, the difference between being in or out of fashion, high or low in subcultural capital, correlates in complex ways with degrees of media coverage, creation and exposure.²¹⁴

Im Gegensatz zu Bourdieu sieht Sarah Thornton die Medien als primären Faktor bezüglich Verbreitung und Zugang zu subkulturellem Kapital. Die Analyse des Medienkonsums Jugendlicher ist inhärent für das Verständnis von Jugendkulturen. Die Reichweite und Zirkulation bestimmter Fanzines zeigt somit

²¹⁴ Thornton, Sarah, „The Logic of Subcultural Capital“, *The Subcultures Reader*, Hg. Ken Gelder/Sarah Thornton, London/New York: Routledge 1997, S. 200-209, hier S. 203.

auch die Wege der Verbreitung und die Möglichkeiten der Akkumulation subkulturellen Kapitals auf.

Fiske und Thornton stimmen darüber überein, dass auch das soziale Kapital, der Status, der Grad der Anerkennung einer Person innerhalb der Jugendkultur durch die Akkumulation von subkulturellem Kapital beeinflusst wird:

Der Erwerb dieser Art von Kapital fördert weder die eigene Karriere, noch werden die geleisteten Investitionen durch einen Aufstieg im Klassengefüge belohnt. Die Dividenden werden in Form von Spaß und Anerkennung innerhalb einer Gemeinschaft mit den gleichen Vorlieben durch Gleichgesinnte ausbezahlt.²¹⁵

Oder wie Thornton es ausdrückt:

Subcultural capital confers status on its owner in the eyes of the relevant beholder. It affects the standing of the young in many ways like its adult equivalent. Subcultural capital can be objectified (in form of fashionable haircuts, record collections, ...) or embodied (in the form of being "in the know", using current slang, ...).²¹⁶

Ebenso konstatieren beide die Möglichkeit der Umwandlung in ökonomisches Kapital. So bieten sich auch innerhalb der Punkbewegung Möglichkeiten, durch Arbeit in der oder für die Szene seinen Lebensunterhalt zu bestreiten, etwa als Veranstalter, Fanzine-Herausgeber, Club-Besitzer oder Musikjournalist).

8.4 DIY und Fanzines

"Don't hate the media. Become the media" – Jello Biafra

Die Medien (Fanzines, Homepages) sind in diesem Zusammenhang nicht nur als kulturelle Güter zu sehen, die der Abgrenzung und Identifikation dienen, sondern sie liefern auch die wichtigsten Handlungsanleitungen:

²¹⁵ Fiske, 1997, S. 57.

²¹⁶ Thornton, 1997, S. 203.

[Zines] adopt the DIY principle that you should create your own cultural experience. It is this message that they pass on to their readers – that you can create your own space. Unlike the message of the mass media, which is to encourage people to consume, the zine encourages people to take part and produce something for themselves.²¹⁷

Die Maxime „action speaks louder than words“ oder auch „Talk-Action=0“²¹⁸ ist innerhalb der Punkszene omnipräsent. Daraus resultieren nicht nur einzelne Handlungsanleitungen in diversen Fanzines, sondern auch solche Ausgaben, die sich einzig und allein der Produktion alternativer Kultur widmen.

Mit *Stolen Sharpie Revolution* veröffentlicht Alex Wreck ein 143-seitiges Heft, das von der eigenen Papierherstellung über den Schreibprozess bis hin zu den unterschiedlichsten Distributionswegen alles umfasst, was nötig ist, um ein eigenes Fanzine herauszugeben.

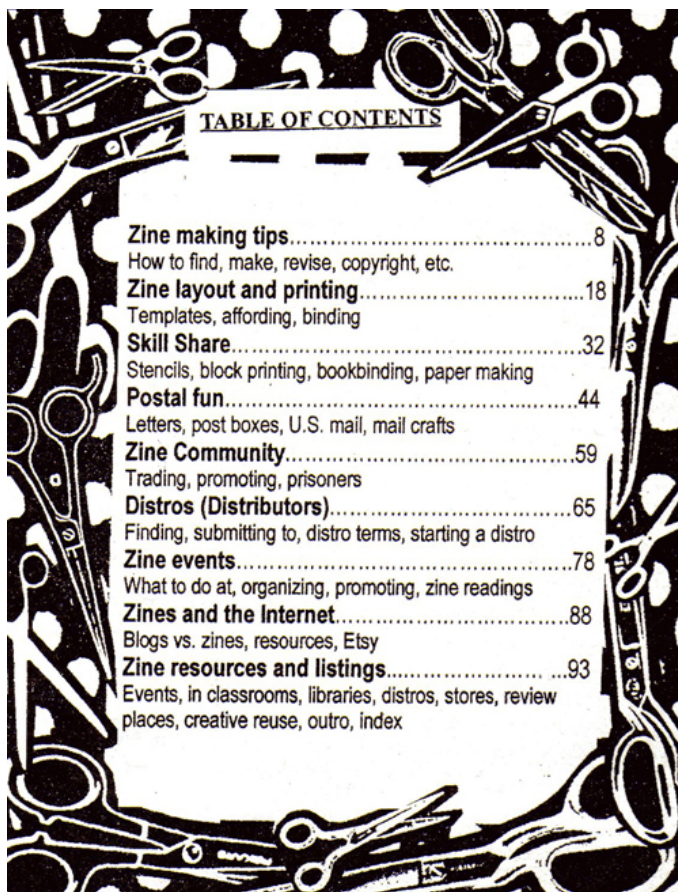


TABLE OF CONTENTS	
Zine making tips	8
How to find, make, revise, copyright, etc.	
Zine layout and printing	18
Templates, affording, binding	
Skill Share	32
Stencils, block printing, bookbinding, paper making	
Postal fun	44
Letters, post boxes, U.S. mail, mail crafts	
Zine Community	59
Trading, promoting, prisoners	
Distros (Distributors)	65
Finding, submitting to, distro terms, starting a distro	
Zine events	78
What to do at, organizing, promoting, zine readings	
Zines and the Internet	88
Blogs vs. zines, resources, Etsy	
Zine resources and listings	93
Events, in classrooms, libraries, distros, stores, review places, creative reuse, outro, index	

Abbildung 8: Inhaltsverzeichnis von *Stolen Sharpie Revolution*

²¹⁷ Spencer, S. 16.

²¹⁸ Albumtitel der Band D.O.A., *Sudden Death*, 2010.

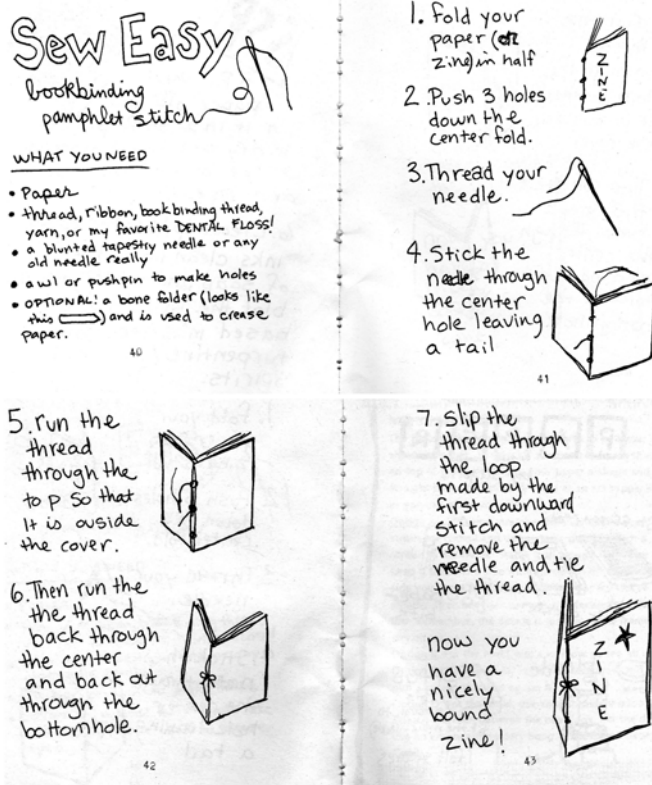


Abbildung 9:
Handlungsanleitung aus *Stolen Sharpie Revolution*

Ebenso war *Punk Planet* # 43 komplett DIY-Anleitungen gewidmet. *Become the media. Reference guide to a revolution* enthielt:

[...] a collection of articles, interviews, and DIYs that will introduce the reader to the many different levels, elements and structures of the independent media revolution that is underway.²¹⁹

Die Vermittlung von Hintergrundwissen und Kompetenzen findet aber auch laufend im Rahmen einzelner Artikel in Fanzines statt:

- „Fanzines am PC layouten“ in *ZineZine* Nr. 3, 2005
- „Zine Distribution!“ in *Punk Planet* Nr.16, 1997
- „How to do a fanzine“ in *Punk is Dad* Nr. 3, 2005

Der Schwerpunkt liegt dabei nicht nur auf der Produktion und Verbreitung von Fanzines, sondern umfasst auch die Themen Musikindustrie, Technologie, Ernährung, Gesundheit etc.:

²¹⁹ *Punk Planet* Nr. 43, 2001, S. 69.

- „How to put out records“ in *Punks at work* Nr. 1
- „Schicke Aufnäher zum Selbermachen“ in *Punk is Dad* Nr. 3, 2005
- „Tips for eating vegetarian worldwide“ in *Punk Planet* Nr. 43, 2001
- „How to tape a live show“ in *Punk Planet* Nr. 41, 2001
- „Wir brutzeln uns ein lecker Punkkonzert“ in *Punk is Dad* Nr. 4, 2005

„Do It Yourself“ in der Welt der Fanzines erfordert es also, andere nicht nur zu ermutigen, selbst aktiv zu werden, sondern auch Anleitungen und Tipps dafür zu geben. Für manche mag der Grund dafür nur darin liegen, jemanden zu haben, mit dem man sein eigenes Fanzine tauschen kann: “The result is that competitive individualism is replaced by an ideal of cooperative individuality.”²²⁰

Fanzines fördern und erweitern das Wissen des einzelnen Individuums. Man muss sich die nötigen Kenntnisse und Fähigkeiten zwar in einem autodidaktischen Lernprozess aneignen, dieser führt aber zur Integration in eine tief verbundene, altruistische Gemeinschaft.

²²⁰ Duncombe, S. 189.

9 RESÜMEE

Bei der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Medium Fanzine wurde mir erstmals bewusst, wie tief verwurzelt im Underground diese entstehen und kursieren. Beinahe alle meiner Studienkollegen wussten nicht, worum es sich dabei handelt. Lediglich Freunde, die – genauso wie ich – ein Leben in einer Subkultur führen, wussten Bescheid.

Obwohl nur für diesen kleinen Kreis der Bevölkerung bestimmt und zugänglich, stecken die Herausgeber ihr ganzes Herzblut in die Produktion und den Vertrieb ihrer Fanzines. Ziel ist es, ihre persönlichen Ideale, Ideen und Wertvorstellungen auf höchst subjektive, unzensurierte und teils fast prostitutive Weise weiterzutragen.

In der Punkbewegung spielt Authentizität eine große Rolle. Diese wird neben einer bestimmten Gestaltungsweise und Sprache der Fanzines vor allem durch den integren Lebensstil des jeweiligen Herausgebers bestimmt.

Ein Leben nach der „Do It Yourself“-Philosophie bedeutet, nicht nur zu konsumieren, sondern auch aktiv etwas beizutragen. Zwar ist es den Akteuren dadurch möglich, subkulturelles Kapital anzusammeln und in der Szenehierarchie aufzusteigen, die Mitarbeit an einem Fanzine ist dennoch mehr als ein reiner Profilierungsversuch. Fanzines entstehen zwar aus keinem Gewinnstreben heraus und doch sind sie for-profit: Selbstbestimmung und -verwirklichung, Freiheit und Unabhängigkeit, die Gemeinschaft mit anderen, die Freude und der Stolz, etwas auf die Beine gestellt zu haben.

10 BIBLIOGRAPHIE

Literatur

Atton, Chris, *Alternative Literature: a Practical Guide for Librarians*, Aldershot: Gower 1996.

Atton, Chris, *Alternative Media*, London: SAGE Publications 2002.

Baacke, Dieter, *Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung*, Weinheim/München: Juventa ⁵2007.

Barthelmes, Jürgen/Ekkehard Sander, *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen*, Bd. 2, München: DJI ²2001.

Beck, Ulrich, *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine neue Moderne*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1986.

Beck, Ulrich (Hg.), *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1994.

Bhabha, Homi K., *The Location of Culture*, London: Routledge 1994.

Brass, Elaine/Sophie Poklewski Koziell, *Gathering Force: DIY culture – radical action for those tired of waiting*, London: Big Issue 1997.

Brecht, Bertolt, *1920–1932. Aus Notizbüchern – Über alte und neue Kunst – Radiotheorie – Der Dreigroschenprozeß*. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1967.

Büsser, Martin, *... if the kids are united ... von Punk zu Hardcore und zurück*, Mainz: Dreieck-Verl. ²1995.

Clarke, John, „Stil“, *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*, Hg. Axel Honneth et al., Frankfurt am Main: Syndikat 1979, S. 133-157.

Calmbach, Marc, *More than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*, Bielefeld: transcript 2007.

Curious George Brigade, *DIY. Von Anarchie und Dinosauriern*, Münster: Unrast 2006.

Debord, Guy, „Rapport über die Konstruktion von Situationen und die Organisations- und Aktionsbedingungen der internationalen situationistischen Tendenz“, *Der Beginn einer Epoche. Texte der*

- Situationisten*, Hg. Pierre Gallissaires/Roberto Orth, Hamburg: Edition Nautilus 1995, S. 28-44.
- Dieckmann, Jenz, „Fanzination. FANZINES – Das Medium des Undergrounds. Diplomarbeit über die Kommunikation in Undergroundzeitschriften“, Dipl. FH Düsseldorf 2000.
- Dorer, Johanna, „Struktur und Ökonomie der Alternativpresse. Eine Bestandsaufnahme des nichtkommerziellen Zeitschriftenmarktes am Beispiel Österreich“, *Publizistik* 40/3, 1995, S. 327-344.
- Dorsch, Petra E., „Die Alternativzeitungen. Ihr Markt und ihre Macher“, *Media Perspektiven* 10, 1982, S. 660-667.
- Duncombe, Stephen, *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*, Portland: Microcosm Publishing 2008.
- Enzensberger, Hans Magnus, „Baukasten zu einer Theorie der Medien“, *Massenkommunikationsforschung*, Hg. Maximilian Gottschlich, Wien: Braumüller 1987.
- Enzensberger, Hans Magnus/Peter Glotz, *Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit*, München: Fischer 1997.
- Farin, Klaus, *generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute*, München: Beck 2002.
- Fiske, John, *Understanding Popular Culture*, London: Routledge 1991.
- Fiske, John, „Popularity and the Politics of Information“, *Journalism and Popular Culture*, Hg. Peter Dahlgren/Colin Sparks, London: Sage 1992, S. 45-63.
- Fiske, John, „Die kulturelle Ökonomie des Fantums“, *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*, Hg. SPoKK, Mannheim: Bollmann 1997, S. 54-69.
- Fröhlich, Werner/James Drever, *Wörterbuch der Psychologie*, München: dtv 1978.
- Gelder, Ken/Sarah Thornton (Hg.), *The Subcultures Reader*, London/New York: Routledge 1997.
- Großegger, Beate/Bernard Heinzlmaier, *Jugendkultur-Guide*, Wien: Öbv + Hpt 2002.
- Hall, Stuart/Paul Du Gay, *Questions of Cultural Identity*, London: Sage 2005.
- Hall, Stuart, „Kulturelle Identität und Globalisierung“, *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*, Hg. Karl H. Hörning/Rainer Winter, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 393-441.

- Hebdige, Dick, „Subculture. Die Bedeutung von Stil“, *Schocker – Stile und Moden der Subkultur*, Diedrich Diederichsen/Dick Hebdige/Olaph-Dante Marx, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1983, S. 8-120.
- Heinzlmaier, Bernhard, „Szeneanalysen als neue Grundlage für das Jugendmarketing“, *Jugendmarketing: Setzen Sie Ihre Produkte in Szene*, Hg. Bernhard Heinzlmaier/Beate Großegger/Manfred Zentner, Wien/Frankfurt am Main: Ueberreuter 1999, S. 15-35.
- Hepp, Andreas, *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Wiesbaden: VS Verlag ³2010.
- Hitzler, Ronald/Anne Honer, „Bastelexistenz. Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung“, *Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*, Hg. Ulrich Beck, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1994, S. 307-315.
- Hitzler, Ronald/Thomas Bucher/Arne Niederbacher, *Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute*, Opladen: Leske+Budrich 2001.
- Hörning, Karl H./Rainer Winter (Hg.), *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001.
- Jenkins, Henry, „„Strangers No More, We Sing‘: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community“, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, Hg. Lisa A. Lewis, London: Routledge 1992, S. 208-236.
- Kaschuba, Wolfgang/Thomas Scholze/Leonore Scholze-Irrlitz (Hg.), *Alltagskultur im Umbruch. Festschrift für Wolfgang Jacobkeit zu seinem 75. Geburtstag*, Weimar/Köln/Wien: Böhlau 1996.
- Kettler, Gerhard, „Alternative Tageszeitung in Österreich. Studie über die in alternativen Bewegungen an eine alternative Tageszeitung gestellten Ansprüche“, Dipl. Universität Wien 1997.
- Keupp, Heiner, *Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2002.
- Kleiber, Stefan, „Fanzines. Eine der letzten Alternativen“, *Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema*, Hg. Jens Neumann, Mainz: Ventil 1997, S. 45-87.
- Körper, Christian/Andrea Schaffar, „Jugend – Kultur – Identität. Identitätskonstruktionen in der Mediengesellschaft“, Dipl. Universität Wien 2001.

- Lash, Scott, „Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft“, *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*, Hg. Ulrich Beck/Anthony Giddens/Scott Lash, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1996.
- Lau, Thomas, *Die heiligen Narren. Punk 1976–1986*, Berlin/New York: de Gruyter 1992.
- Lindner, Rolf, „Arbeiterkultur und Authentizität“, *Alltagskultur im Umbruch. Festschrift für Wolfgang Jacobowitz zu seinem 75. Geburtstag*, Hg. Wolfgang Kaschuba/Thomas Scholze/Leonore Scholze-Irrlitz, Weimar/Köln/Wien: Böhlau 1996, S. 71-83.
- Mikos, Lothar, „Medien als Sozialisationsinstanz und die Rolle der Medienkompetenz“, *Jugendsoziologische Sozialisationstheorie. Impulse für die Jugendforschung*, Hg. Dagmar Hoffmann/Hans Merckens, Weinheim/München: Juventa 2004, S. 157-171.
- Mikos, Lothar/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, „Einleitung: Medien – Identität – Identifikationen“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München Juventa 2007, S. 7-20.
- Mikos, Lothar/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter (Hg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Weinheim/München: Juventa 2007.
- Misoch, Sabina, „Die eigene Homepage als Medium adoleszenter Identitätsarbeit“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007. S. 163-182.
- Müller, Renate/Marc Calmbach/Stefanie Rhein/Patrick Glogner, „Identitätskonstruktion mit Musik und Medien im Lichte neuerer Identitäts- und Jugendkulturdiskurse“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 163-182.
- Neumann, Jens (Hg.), *Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema*, Mainz: Ventil 1997.
- Neumann, Jens (Hg.), *Fanzines 2. Noch wissenschaftlichere Betrachtungen zum Medium der Subkulturen*, Mainz: Ventil 1999.
- Neumann-Braun, Klaus (Hg.), *Coolhunters. Jugendkulturen zwischen Medien und Markt*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2005.

- Nicolaus, Jörg, „Fanzines – Geschichte, Bedeutung und Perspektiven“, *Fanzines 2. Noch wissenschaftlichere Betrachtungen zum Medium der Subkulturen*, Hg. Jens Neumann, Mainz: Ventil 1999, S. 11-26.
- Orwell, George, „Introduction“, *British Pamphleteers, Bd. 1*, Hg. George Orwell/Reginald Reynolds, London: Allan Wingate 1948, S. 7-17.
- Ott, Paul/Hollow Skai, *Wir waren Helden für einen Tag. Aus deutschsprachigen Punk-Fanzines 1977–1981*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1983.
- O’Sullivan, Tim, „Alternative Media“, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, Hg. Tim O’Sullivan/John Hartley/Danny Saunders/Martin Montgomery/John Fiske, London: Routledge ²1994.
- O’Sullivan, Tim/Brian Dutton/Philip Rayner, *Studying the Media: an Introduction*, London: Arnold 1994.
- Perry, Mark, *Sniffin’ Glue. And Other Rock’n’Roll Habits. The Essential Punk Accessory*, London: Omnibus Press 2009.
- Präkelt, Volker, „Ein Arschloch ist ein Arschloch“, *Gegendruck. Lust und Frust der alternativen Presse*, Hg. Kurt Weichler, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1983, S. 100-111.
- Savage, Jon, *England’s Dreaming: Sex Pistols and Punk Rock*, London: Faber & Faber 1991.
- Schuegraf, Martina, „Authentizität im S(ch)ein der Starwelt des Musikfernsehens am Beispiel von Fallrekonstruktionen“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 119-133.
- Schwendter, Rolf, *Theorie der Subkultur*, Hamburg: Europäische Verlagsanstalt ⁴1993.
- Seifert, Anja, *Körper, Maschine, Tod. Zur symbolischen Artikulation in Kunst und Jugendkultur des 20. Jahrhunderts*, Wiesbaden: VS Verlag 2004.
- Skai, Hollow, *Punk. Versuch der künstlerischen Realisierung einer neuen Lebenshaltung*, Berlin: Archiv der Jugendkulturen-Verl. 2008.
- Spencer, Amy, *DIY. The Rise of Lo-Fi Culture*, London/New York: Marion Boyars 2008.
- SPoKK (Hg.), *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*, Mannheim: Bollmann 1997.

- Taylor, Charles, *The Ethics of Authenticity*, Cambridge: Harvard University Press 1991.
- Thiermann, Sven, „Produktive Identität. Mediale Aneignungstechniken zwischen Innovation und Nachahmung“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 39-49.
- Thompson, Stacy, *Punk Productions. Unfinished Business*, New York: State Univ. Press 2004.
- Thornton, Sarah, *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press 1995.
- Thornton, Sarah, „The Logic of Subcultural Capital“, *The Subcultures Reader*, Hg. Ken Gelder/Sarah Thornton, London/New York: Routledge 1997, S. 200-209.
- Weber, Karin, „Österreichische Fanzines aus der Punkrock- Oi!- und (antirassistischen) Skinheadszene“, Dipl. Universität Wien, Sozialwissenschaftliche Fakultät 2005.
- Weichler, Kurt, *Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation*, Berlin: Vistas 1987.
- Williams, Raymond, „Theorie und Verfahren der Kulturanalyse“, *Innovationen. Über den Prozeßcharakter von Literatur und Kultur*, Raymond Williams, Hg. Gustav Klaus, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 45-73.
- Willis, Paul, *Profane Culture. Rocker, Hippies: Subversive Stile der Jugendkultur*, Frankfurt/Main: Syndikat 1981.
- Winter, Rainer, „Medien und Fans“, *Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*, Hg. SPoKK, Mannheim: Bollmann 2007, S. 40-54.
- Zinnecker, Jürgen/Achim Barsch, „Jugendgenerationen und Jugendszenen im Medienumbruch“, *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*, Hg. Lothar Mikos/Dagmar Hoffmann/Rainer Winter, Weinheim/München: Juventa 2007, S. 279-297.
- Zschocke, Jochen, „Die distributionswirtschaftliche Bedeutung des amerikanischen ‚Do it yourself‘-Prinzips und seine Anwendungsmöglichkeiten in der Bundesrepublik Deutschland“, Diss. Universität zu Köln, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät 1958.

Zeitschriftenartikel

Neumann, Jens, „Fanzines als Barometer und Jungbrunnen einer verfremdenden Kultur der Reichen und des Geldes. Über die Entstehung, die Herkunft, die Geschichte, die Gegenwart, die Zukunft von Fanzines und ihres Einflusses auf viele Bereiche der Kultur“, *Zeitung der 12. Mainzer Minipressen-Messe* 1993, S. 6-15.

Perkins, Stephen, „What’s a Zine?“, *Subbild* 1994.

Triggs, Teal, „Alphabet Soup: Reading British Fanzines“, *Visible Language* 29/1, 1995, S. 72-87.

Fanzines

All Roads Lead to Rome Fanzine, # 1, Jänner 2004, S. 33

Factsheet Five, Hg. Eric Rudnick; diverse Ausgaben

No Fun, Hg. Hollow Skai, Nordstedt 1979; diverse Ausgaben

NO LONGER A FANzine # 3, Hg. Joseph Gervasi, New York 1993

OX-Fanzine, Hg. Joachim Hiller; diverse Ausgaben

Oi! The Print, Hg. Bomml, Korneuburg; diverse Ausgaben

Plastic Bomb. Fachzeitschrift für Punker und Strassenköter!, Hg. Michael Will/Swen Bock, Duisburg; diverse Ausgaben

Punk Planet # 43, keine Verfasserangaben, 2001, S. 69

Rough Papers # 1, keine Verfasserangaben, 2005

Stolen Sharpie Revolution 2. A DIY resource for zines and zine culture, Hg. Alex Wreck, Portland 2009

Young & Distorted, Hg. smart.alex; diverse Ausgaben

Internetquellen

<http://www.oitheprint.at/> [12.04.2011]

<http://www.ox-fanzine.de> [12.04.2011]

<http://www.ijamming.net/Music/SniffinGluebook.html> [14.09.2010]

<http://www2.citypaper.com/arts/story.asp?id=4143> [02.03.2011]

http://www.praevention.at/upload/documentbox/jugendkultur_und_droge_1.pdf
[10.03.2011]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: *Ox-the zine* # 1, Hg. Joachim Hiller, 1989

Abbildung 2: *Ox-Fanzine* # 92, Hg. Joachim Hiller, Aug./Sept. 2010

Abbildung 3: *Sniffin' Glue*, Hg. Mark Perry, März 1977

Abbildung 4: *Young & Distorted* # 5, Hg. smart.alex, Winter 09/10,

Abbildung 5: *Cordoba 78 vs. Dresden '45* # 4+ *Choke Fanzine* # 6 Split-Ausgabe,
. Sept/Okt 2001, ohne Seitenangabe, Reviewseite

Abbildung 6: *Der gestreckte Mittelfinger* # 3, ohne Verfasserangabe, 2005

Abbildung 7: *Der gestreckte Mittelfinger* # 3, ohne Verfasserangabe, 2005

Abbildung 8: *Stolen Sharpie Revolution* # 2, Hg. Alex Wrekk, 2009

Abbildung 9: *Stolen Sharpie Revolution* # 2, Hg. Alex Wrekk, 2009

ABSTRACT

Die vorliegende Diplomarbeit beschäftigt sich mit dem Medium Fanzine. Zu Beginn soll der Terminus definiert und im Anschluss in einen historischen Kontext gestellt werden. Dabei spielen künstlerische, politische und technologische Entwicklungen eine Rolle. Anschließend werden Fanzines als Teil alternativer Medien verortet und durch diverse Theorieansätze einer detaillierten wissenschaftlichen Betrachtung unterzogen.

Dass Fanzines den Herausgebern nicht nur zur Identitätsbildung und Selbstdarstellung dienen, sondern durch den Austausch von Informationen auch zum Bestand einer/ihrer Subkultur beitragen, soll im mittleren Teil dieser Arbeit erläutert werden. Dabei liegt der Fokus auf der Punkbewegung, die besonders aus dem inneren Kern der Szene heraus immer wieder durch Sell-out-Vorwürfe belastet ist. Darum wird dem Thema Authentizität ein eigenes Kapitel gewidmet. In Subkulturen wird Authentizität zum einen vom Lebensstil des Herausgebers, zum anderen durch grafische und sprachliche Konventionen bestimmt. Diese werden im folgenden Abschnitt einer Analyse unterzogen. Zum Schluss wird ein besonderes Augenmerk auf die „Do It Yourself“-Philosophie gelegt, da diese der Entstehung und dem Fortbestand von Fanzines immanent ist.

LEBENS LAUF

Name: Susanne Lindlbauer
Geburtsdatum: 04.01.1986
Geburtsort: Vöcklabruck

STUDIUM

Seit 10/ 2006 Universität Wien
Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaften

Sommer 2010 Forschungsaufenthalt am Archiv der Jugendkulturen in Berlin,
gefördert von der Universität Wien

SCHULBILDUNG

1992 – 1996 Volksschule Timelkam

1996 – 2000 Private Mädchen Hauptschule Vöcklabruck

2000 – 2005 HBLA Lentia für Produktmanagement und
Präsentation in Linz

PRAKTIKA

Juli 2003 Praktikum bei 1st Company
Bereich: Grafik und Design
Tätigkeiten: Vorarbeiten für Layouts, Erstellung
von Präsentationen

September – Dezember 2005 Praktikum bei „Primero la Gente“ in Córdoba,
Argentinien
Bereich: Eventmanagement

Dezember 2006 – März 2007 Volontariat im Tanzquartier Wien
Bereich: Marketing- und Presseabteilung

Februar – März 2008 Praktikum im Klub Ost in Wien
Bereich: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit